

Tabloidisert litteraturformidling?

En undersøkelse av litteraturformidlingen i Aftenposten
før og etter overgangen til tabloidformat

Masteroppgave i medievitenskap
Av Trude Hansen



Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo
Februar 2006

Innholdsfortegnelse

1. INNLEDNING	9
Tema, analyseobjekt og problemstilling	10
Forskning på kulturjournalistikk og tabloidisering	11
En kort presentasjon av Aftenposten	13
Oppgavens struktur	14
2. METODISK TILNÆRMING	16
Begrunnelse for metodetriangulering	16
Kvantitativ innholdsanalyse	18
Fremgangsmåte – enheter og variabler	18
Avgrensning og utvalg	19
Kvalitativ tekstanalyse	22
Analysestrategi og utvalg	22
3. TABLOIDISERING OG KULTURJOURNALISTIKK I NORGE	24
Termen «tabloid»	24
Tabloidformatets utvikling og vekst i Norge	26
Årsaker til formatendring	28
Hva innebærer «tabloidisering»?	29
Tabloidisering – en trussel eller styrke for demokratiet?	31
Foregår det en tabloidisering i Norge?	33
Kulturjournalistikken i endring	35
Årsaker til utviklingen	39
En tabloidiseringsmodell for det kulturjournalistiske feltet	40
4. KVANTITATIV UNDERSØKELSE AV LITTERATURSTOFFET	44
Mindre format – færre artikler?	44
Flere store og færre korte artikler	46
Artiklene er gjerne illustrert	49
Mer plass til illustrasjoner	50
Stoff- og temaprioritering	51
Mindre sakprosa, og dominans av skjønnlitteratur	51
Mye omtale av romaner	54
Presentasjonsform, retorikk og kritisk nivå	57
Mot en jevnere fordeling av genrene	58

Mer plass til lansering, mindre til kritikker? -----	60
Et hevet argumentasjons- og kvalitetsnivå -----	62
Mer fokus på person? -----	65
Énkildejournalistikken dominerer -----	67
Forfatteren uttaler seg -----	68
En balansert og forventet henvendelse? -----	70
Oppsummering -----	71
 5. KVALITATIV UNDERSØKELSE AV LITTERATURSTOFFET -----	74
Kvalitetskriterier i anmeldelsene -----	74
Med ønske om å formidle (en anmeldelse fra 2003) -----	77
Refererende «formidling» (en anmeldelse fra 2004) -----	81
Fristende formidling (en anmeldelse fra 2005) -----	84
Oppsummering anmeldelser -----	88
Kvalitetskriterier i omtale- og lanseringsstoff -----	90
Lettvint og velvillig lanseringsjournalistikk (en lanseringsartikkel fra 2003) -----	92
Formidling gjennom samtale (en lanseringsartikkel fra 2004) -----	96
Klar formidling, men fokus på musikk (en lanseringsartikkel fra 2005) -----	99
Oppsummering og sammenligning av kvaliteten i artiklene -----	103
 6. OPPSUMMERING OG KONKLUSJON -----	106
 Litteratur -----	112
Vedlegg -----	118

Tabeller og figurer

Tabell 1. Bruk av tabloid- og fullformat i norske aviser, 1966–2004 (antall aviser)-----	26
Tabell 2. Antall litteraturartikler i Aftenposten, 2003–2005-----	44
Tabell 3. Antall henvisninger og antall artikler uten henvisningene -----	45
Tabell 4. Utvikling i artikkelstørrelse-----	47
Tabell 5. Artikkelstørrelse (små versus store) -----	48
Tabell 6. Illustrasjonsbruk-----	49
Tabell 7. Forholdet mellom tekst og illustrasjoner i illustrerte artikler -----	50
Tabell 8. Artikler fordelt etter stoffområde-----	52
Tabell 9. Artikler fordelt etter hvilke litterære genrer de omtaler-----	55
Tabell 10. Artikler fordelt etter journalistisk genre-----	58
Tabell 11. Artikkelstørrelsen på omtale- og lanseringsstoffet-----	61
Tabell 12. Artikkelstørrelsen på kritikkene-----	61
Tabell 13. Argumentasjons- og kvalitetsnivå-----	64
Tabell 14. Vinkling i artiklene-----	66
Tabell 15. Kildebruk-----	68
Tabell 16. Hovedkilder-----	69
Tabell 17. Henvendelsesform-----	71
 Figur 1. Tabloidiseringsmodell for det kulturjournalistiske feltet-----	 43
Figur 2. Tabloidiseringsgrad i Aftenposten-----	110

1. Innledning

Debatten om hva kulturjournalistikk og litteraturkritikk i dagspressen er og bør være, dukker opp med jevne mellomrom. Ofte springer diskusjonen ut fra påstander om en økende markedsorientering og popularisering innen kulturjournalistikken; man frykter at kulturjournalistikken skal bli ren markedsføring av kulturprodukter, og at formidlingen av opplysende og reflektert informasjon skal svekkes, eller i verste fall forsvinne.

Relevante stikkord i tilknytning til diskusjonen om en mer markedsorientert og popularisert kulturjournalistikk er begrepene «tabloidisering» og «tabloid». «Tabloid» er betegnelsen på det som lenge har vært løssalgsavisenes foretrukne format – halvparten av fullformatet – og termen er også blitt relatert til en bestemt form for journalistikk: Løssalgsavisenes populærjournalistikk som vektlegger sensasjoner og underholdning, mange bilder, store typer, lettfattelig stoff, og som heller vinkler på person fremfor sak. Ut fra denne forståelsen av «tabloid» kan man definere «tabloidisering» som en prosess hvor man overfører slike tabloide elementer fra populærpressen til den mer seriøse delen av pressen – kvalitetspressen.

De senere årene har stadig flere aviser lagt om fra fullformat til tabloidformat. Bare de siste fem–seks årene har rundt 15 norske aviser gjennomført en slik omlegging. Aftenposten (morgenutgaven) gikk over til tabloidformatet 2. januar 2005, etter å ha kommet ut i fullformat siden etableringen i 1860.¹ Aftenposten regnes som en konservativ kvalitetsavis, og ettersom mange oppfatter en sammenheng mellom tabloidformatet og løssalgsavisenes populærjournalistikk (tabloidjournalistikken), spurte mange om Aftenposten ville tabloidiseres med omleggingen. I et forsøk på å imøtegå slike innsigelser, påpekte avisen på lederplass i den første fullstendige tabloidutgaven at det ikke nødvendigvis er noen sammenheng mellom format og kvalitet slik det tradisjonelt har vært i for eksempel Storbritannia, hvor man har skilt mellom «the qualities» (fullformat) og «the populars» (tabloidformat) (Leder, Aftenposten, 2. januar 2005). Men også i Storbritannia er skillet blitt mer uklart de siste årene.

Likevel, endring i format gir nye og andre muligheter for sideutforming. Det kan påvirke innholdet. Da Dagbladet la om til tabloidformat i 1983, ble tekstmengden redusert (Klausen

¹ Om man ser bort fra en kort periode før omleggingen, da avisen kom ut i en kombinasjon av fullformat og tabloidformat.

1986:262f, Aas 1987:79). En utvikling der mengden tekst reduseres, kan medføre at journalisten må vinkle på en annen måte i sin artikkel; begrenset plass kan for eksempel gi en mer overflatisk og mindre resonnerende journalistikk. En slik tendens blir også hevdet, for eksempel av Lund (2000:107ff), og man kan knytte tendensen til tabloidisering og markedsorientering.

Tema, analyseobjekt og problemstilling

Med utgangspunkt i én case – Aftenpostens morgenutgave – ser jeg i denne oppgaven nærmere på utviklingen i kulturjournalistikken i forbindelse med formatendringer. Formålet med undersøkelsen er å finne ut hvilke endringer som eventuelt gjør seg gjeldende i innholdet når avisen legger om formatet. På et generelt plan handler oppgaven om kulturjournalistikk, men undersøkelsen er avgrenset til litteraturformidlingen – kulturstoffet om litteratur og bokbransjen – både grunnet egen interesse for feltet og fordi litteratur er det kulturområdet Aftenposten vier mest plass (Lund 2005:39ff). Dessuten er litteratur en av kunstene kulturjournalistikken tradisjonelt har vært opptatt av. Undersøkelsen vil derfor være konsentrert om litteraturstoffet på kultursidene² i Aftenpostens morgenutgave, og oppgaven inneholder en komparativ studie av tre perioder hvor Aftenposten har operert med ulike avisformater.

Bakgrunnen for valget av Aftenposten er at avisen har et stort nedslagsfelt – avisen er den største norske abonnementsavisen – og anses som en kvalitetsavis. Det vekket derfor oppmerksomhet da denne avisen la om til tabloidformat. Det er også interessant å studere en avis som har stor påvirkningskraft. Ettersom man tradisjonelt har regnet Aftenposten som en kvalitetsavis, er det dessuten også interessant å undersøke denne kvaliteten og om kvaliteten blir annerledes når avisformatet endres – vil avisen tabloidiseres? Som Esser påpeker i en artikkel om tabloidisering av nyheter, er det nødvendig å ta utgangspunkt i kvalitetsaviser og studere disse over tid om man vil oppnå en adekvat studie av tabloidisering (Esser 1999:294).

I Aftenpostens leder i den første fullstendige tabloidutgaven 2. januar 2005, ble det lovet at overgangen til tabloidformat ikke skulle medføre noen kvalitetsforringelse:

² Kultursider blir i denne oppgaven definert som og avgrenset til de sidene som bærer vignetten «kultur», eventuelt en vignett som viser til en kunstart, som for eksempel «musikk», «bøker», etc.

Vi skal fortsatt være en kilde til analyse og kunnskap ... Det er i dagens avisverden ingen sammenheng mellom format og kvalitet. For oss i Aftenposten er det viktig å slå det utvetydig fast. AFTENPOSTEN skal være landets ledende nyhetsavis, men avisen skal også være i fremste rekke som kommentarorgan, kulturbærer og næringslivsavis. (Leder, Aftenposten, 2. januar 2005)

Selv om kvaliteten ikke endres, må nødvendigvis innholdet endres, noe sjefredaktøren i Svenska Dagbladet, Lena Samuelsson, påpekte i etterkant av at denne avisen la om formatet:

- Vi tenkte mye på - Hvem er leseren? Hvilken journalistikk krever leseren? - Vi hadde en innholdsdiskusjon. Det viktige er at man ikke bare krymper formatet, man må gjøre om innholdet og presentasjonen også. I en tabloid blir det ekstra tydelig hvordan bilde, tekst og grafikk spiller sammen ... (Samuelsson ifølge Høgenhaug 2004)

Foreliggende undersøkelse tar derfor utgangspunkt i en hypotese om at formatendringer vil medføre endringer i innholdet, og studiens mål er å besvare følgende problemstilling: *Hvordan har endringer av avisformatet i Aftenpostens morgenutgave påvirket litteraturformidlingen?*

De tematiske hovedlinjene i oppgaven handler om tabloidisering, kulturjournalistikk og litteraturformidling, og i tilknytning til dette og problemstillingen er det også et mål å finne ut om man kan hevde at litteraturformidlingen tabloidiseres, og om det foregår en kvalitetsforringelse.

Forskning på kulturjournalistikk og tabloidisering

Kulturjournalistikken var et lite undersøkt område i 1991 da Bech-Karlsen analyserte og kritiserte den norske kulturjournalistikken. Ett av hans hovedperspektiver handlet om en «ny kobling» mellom kultur og underholdning i kulturjournalistikken. Det finnes heller ikke så altfor mye litteratur om emnet i Norge i dag, men noen forskningsprosjekter og hovedoppgaver, samt diverse diskusjoner i mediene, har i alle fall bidradd til at man nå kan si noe mer om feltet enn for noen tiår siden.

Knapskog med flere gjennomførte et prosjekt i 2000–2001 hvor de så på utviklingen og vilkårene for kulturjournalistikken. Deres resultater foreligger i form av rapporten

Kulturjournalistikk. Rapport til SKUP-konferansen 23.-25.mars 2001 (Knapskog & Larsen 2001).³

Noen av prosjektets sentrale spørsmål var: Hvordan står det til med kulturjournalistikken i norske medier? Hva slags bilde av kulturen formidler den til lesere, seere og lyttere? Hvordan har kulturjournalistikken endret seg de siste tiårene, for eksempel med hensyn til genrer og

³ Resultatet av forskningsprosjektet er også utgitt i Rapportserien ved Universitetet i Bergen, Institutt for informasjons- og medievitenskap: Knapskog, Karl & Leif Ove Larsen (red.): *Søkelys på kulturjournalistikk* (2004).

emneområder? Og hvilke utfordringer står denne journalistikken overfor med tiltakende kommersialisering og markedstenking i mediene og i kulturfeltet?

Også Lund står bak flere rapporter om kulturjournalistikken: *Kritikkens rom – rom for kritikk?* (2000), utført på oppdrag av Norsk kulturråd, samt *Kritikk og kommers. Kulturdekningen i skandinavisk dagspresse* (2005), som er en oppfølging av den første studien. Bakgrunnen for at Lund skrev den første rapporten, var nettopp mangelen på studier og kunnskap om kulturjournalistikken, særlig innen medievitenskapen:

For di kulturjournalistikken er et lite utforsket felt innen medievitenskapen, vet vi lite om omfanget av og innretningen av kulturstoffet i avisene. Det er tidligere heller ikke blitt gjort noen samlet undersøkelse av kritikkens rolle eller av kunstartenes plass i kulturdekningen i dagspressen i Norge. (Lund 2000:9)

Formålet med Lunds første studie var derfor å kartlegge og undersøke dekningen av kulturstoffet, spesielt kritikken, i den norske dagspressen. Samtidig foretok Lund en komparativ innholdsanalyse av Dagbladet og Aftenposten på to ulike tidspunkter, i 1975/76 og i 1998/99. Lund er opptatt av blant annet markedsorientering og popularisering og spør derfor om det seriøse kulturstoffet må vike for underholdningsstoffet, om kritikken må vike for lanserings- og PR-stoff, og om det finnes tegn som tyder på at kritikken reduseres til forbrukerveiledning og terningkast (Lund 2000). I oppfølgerrapporten fra 2005 sammenligner Lund blant annet kvalitetsnivået på kulturstoffet i skandinavisk dagspresse, i et forsøk på å finne ut om det stemmer at andre skandinaviske (storby)aviser har hatt en bedre kulturdekning enn de norske, slik mange hevder (Lund 2005).

Av andre sentrale norske innholdsanalyser som bør nevnes, er Allerns undersøkelse av stoffprioriteringen, markedsorienteringen og kildebruken i ti norske aviser (Allern 2001). En sentral problemstilling i Allerns undersøkelse går ut på om dagens norske aviser er blitt tabloide i negativ forstand, og om forfallshypoteser om pressens utvikling kan dokumenteres gjennom en analyse av dagens aviser.

I internasjonal sammenheng er det gjennomført et forskningsprosjekt kalt *Changing Media – Changing Europe*, i regi av European Science Foundation, hvor ulike europeiske land, inkludert Norge, har foretatt en komparativ innholdsanalyse av den største abonnementsavisen og løssalgsavisen i eget land hvert tiår fra 1960 frem til og med 2000. For Norges vedkommende har man studert Aftenposten og Dagbladet i 1960, og Aftenposten og VG i de påfølgende tiårene. Det er Institutt for medievitenskap ved Universitetet i Bergen som har gjennomført analysene. Målet har vært å undersøke dekningen av de ulike stoffkategoriene, geografisk fokus, vinkling, illustrasjonsbruk og hovedtema i de fem største oppslagene innen hver stoffkategori (Knapskog 2001:6f).

Det finnes også ulike internasjonale forsøk på å definere, debattere og undersøke graden av tabloidisering i forskjellige medier. Noen av disse bidragene presenteres i antologien *Tabloid tales: Global debates over media standards* (Sparks & Tulloch 2000), samt i tidsskriftet *Javnst – The Public*, vol. 5, nr. 3 (1998).

Det er også skrevet noen hovedoppgaver som berører denne oppgavens problemstilling. Simonsen har undersøkt hvordan tabloidisering som fenomen kan påvirke formidlingen av filmkunnskap i de fire største norske avisene⁴ (Simonsen 2004), mens Cappelen har tatt for seg musikkdekningen i dagspressen. Cappelens mål har vært å finne ut hvordan musikkdekningen i dagspressen kan forstås som en markedsføringsarena, og om musikkdekningen fortsatt kan forstås som en arena for kulturformidling og kritikk (Cappelen 2004). Blant de litt eldre hovedoppgavene har Velure vurdert graden av tabloidisering i Stavanger Aftenblads reportasjer (1990), Aas har gjennomført en innholdsanalyse av Dagbladet med spesiell vekt på overgangen til tabloid (1987),⁵ og Granaas har gjennomført en analyse av bokstoffet i Dagbladet og VG (1995). I tillegg finnes det noen mindre kandidat- og semesteroppgaver skrevet ved høyskolene i faget journalistikk. Funn og resultater fra disse tidligere undersøkelsene vil bli omtalt og benyttet der de er relevante.

En kort presentasjon av Aftenposten⁶

Aftenposten var lenge Norges største avis, men i dag er avisen landets nest største, noe den har vært siden løssalgsavisen VG overtok førsteplassen i 1981. Med et opplag på 249 861 (2004)⁷ er Aftenposten imidlertid fremdeles landets ledende avis blant abonnementsavisene. Avisen eies av Schibsted – Norges største medieselskap – og utgis i Oslo.

Selv om Aftenposten kommer ut i hovedstaden, er den likevel ikke bare en avis for Oslo og Østlandsområdet; avisen har i tillegg en funksjon som riksavis. Og for å innfri rollen som lokalavis for Oslo-regionen samtidig som den også skal ha en riksdekkende profil, gir

⁴ Bergens Tidende, Dagbladet, VG og Aftenposten.

⁵ Harald Aas' hovedoppgave er blitt til gjennom et samarbeid med Arne Martin Klausen, og kan ses på som en forlengelse av Klausens *Med Dagbladet til tabloid. En studie i dilemmaet «børs og katedral»* (1986).

⁶ Avsnittet bygger på opplysninger hentet fra Aftenpostens egen nettside (<http://www.aftenposten.no>), Wikipedia (<http://no.wikipedia.org>) og Høst (2005b).

⁷ Opplagstallet er hentet fra Aviskatalogen (<http://www.aviskatalogen.no>) og gjelder kun morgenutgaven.

Aftenposten ut to aviser: Morgenutgaven Aftenposten og ettermiddagsavisen Aften.⁸ Morgenutgaven kommer ut sju dager i uken og tar først og fremst for seg nasjonalt og internasjonalt stoff, mens Aften derimot er en ren lokalavis for Oslo-området, som blir utgitt mandag til og med fredag.

Aftenposten ble grunnlagt som en aftenavis under navnet Christiania Adresseblad 14. mai 1860 av Christian Schibsted, men allerede 1. januar 1861 fikk avisen dagens navn, Aftenposten. Aftenpostens morgenutgave ble etablert i 1885, delvis grunnet lokal aviskonkurranse, og siden den gang har avisen altså egentlig vært to aviser. Tradisjonelt (siden 1880-årene) har Aftenposten hatt en konservativ profil, og avisen var også tilknyttet Høyre før landets aviser begynte avpolitiseringen på 1970- og -80-tallet. Til tross for at Aftenposten i dag dermed er en politisk og økonomisk uavhengig avis, har avisen imidlertid beholdt sitt liberal-konservative grunnsyn.

Aften-utgaven har siden 1997 blitt trykket i tabloidformat, mens morgenutgaven la om til tabloidformat 2. januar 2005. Før den tid benyttet Aftenposten fullformat, bortsett fra i perioden 26. august 2003 til 1. januar 2005 hvor Aftenposten opererte med en «mellomløsning», med en tabloiddel inni fullformatavisen.

Oppgavens struktur

Det påfølgende kapittel 2 inneholder en beskrivelse av undersøkelsens metodiske grunnlag. Kapitlet åpner med en generell innledning om aktuelle metoder, for så å presentere den valgte fremgangsmåten – en kombinasjon av en kvantitativ innholdsanalyse og en kvalitativ tekstanalyse.

Kapittel 3 starter med en definisjon av termen «tabloid». Derpå følger en presentasjon av utviklingen og bruken av tabloidformatet i norske aviser. Så presenteres en beskrivelse av hva «tabloidisering» innebærer, og i tilknytning til dette fremstilles også ulike synspunkter i debatten om tabloidisering. Kapitlets andre del handler om kulturjournalistikken i Norge, og dette journalistiske feltet blir relatert til tabloidiseringsdiskusjonen. Avslutningsvis fremstilles teoretiske perspektiver i tilknytning til både kulturjournalistikk og tabloidisering.

⁸ Aftenpostens ettermiddagsutgave endret navn 1. februar 2006 fra Aftenposten Aften til Aften. Tidligere, før navnet Aftenposten Aften, gikk ettermiddagsutgaven under benevnelsen Aftenpostens aftenutgave eller bare aftenutgaven (med liten forbokstav).

Kapittel 4 og 5 inneholder analysen og undersøkelsens funn. I det første analysekapitlet presenterer jeg resultatene fra den kvantitative innholdsanalysen. Derigjennom beskrives utviklingen i artiklenes størrelse, bruken av visuelle elementer, hvilke stoffområder og hvilken litteratur som omtales, hvilke journalistiske genrer som benyttes, og hvordan argumentasjonsnivå, kildebruk, vinkling og henvendelsesform fremstår i artiklene om litteratur og bokbransje. Ettersom innholdsanalysen sier lite om kvaliteten i formidlingen, blir et mindre utvalg artikler beskrevet mer spesifikt gjennom en kvalitativ tekstanalyse i kapittel 5. Målet med tekstanalysen er å vurdere artiklene med hensyn til kvaliteten og undersøke om denne endres med formatendringene.

I oppgavens siste kapittel oppsummerer jeg de viktigste funnene fra analysene og formulerer en konklusjon som svarer på problemstillingen.

2. Metodisk tilnærming

Formålet med denne studien er å finne svar på hvordan endringer av avisformatet i Aftenpostens morgenutgave har påvirket litteraturformidlingen i avisen. Det er altså innhold i avisen – kulturstoffet om litteratur og bokbransjen – som står i fokus. Avisens innhold og form blir dermed de sentrale elementene å studere, og studien føyer seg slik inn i rekken av medieforskning konsentrert om mediebudskapet.

En fellesbetegnelse på fremgangsmåter for å undersøke innhold i mediene er tekst- eller innholdsanalyse. Som andre vitenskapelig metoder, kan også innholds- og tekstanalysen grupperes i kvantitative og kvalitative tilnærminger. Tradisjonelt sett har samfunnsfagene vært mest opptatt av de kvantitative metodene, mens humanistiske fag i større grad har konsentrert seg om kvalitative studier. Skillet er likevel ikke absolutt. Ettersom medievitenskapen utgjør et tverrvitenskapelig og mangfoldig fagfelt med elementer fra både samfunns- og humanvitenskapen, kan begge tilnærmingmåtene være relevante. Undersøkelsens problemstilling og karakter må avgjøre hvilken metode man skal velge.

I undersøkelser av mediernes budskap vil en kvantitativ tilnærming vanligvis være mest hensiktsmessig når man skal behandle et stort materiale, fordi den kvantitative metoden kan bidra til å gi oversikt, systematisere og kartlegge mønster i stoffet (bred kartlegging). Kvalitativ analyse gjør det derimot mulig å gå grundigere til verks på et mindre utvalg for å finne ut hvordan dette er sammensatt og hvilke kvaliteter det rommer (dybdeanalyse). En kombinasjon av tilnærmingmåtene kan i mange tilfeller likevel være mest formålstjenlig (Østbye m.fl. 1997:207). I foreliggende prosjekt benyttes en slik kombinert løsning gjennom såkalt metodetriangulering.

Begrunnelse for metodetriangulering

I denne studien triangulerer jeg en kvantitativ innholdsanalyse med en kvalitativ tekstanalyse, fordi målet er å kunne si noe generelt om eventuelle utviklings- eller endringstendenser i avisinnholdet, samt å undersøke kvaliteten på den journalistiske presentasjonen av litteratur- og bokbransjestoffet. For å kunne generalisere, må utvalget være stort. Man må undersøke så mange enheter som mulig (Østbye m.fl. 1997:263). Av den grunn er en kvantitativ innholdsanalyse fornuftig å bruke her. Ettersom jeg i tillegg vil rette interessen mot kvalitative egenskaper ved medietekster, er det også nødvendig med en metode av kvalitativ karakter. En kvalitativ tekstanalyse er et rimelig valg i denne sammenhengen.

De to innfallsvinklene vil gi et bredere perspektiv på materialet og belyser emnet grundigere enn kun én tilnærmingstype, ettersom jeg slik får muligheten til å gå både i bredden og i dybden. En annen fordel med metodetrianguleringen, er at den kvantitative innholdsanalysen kan frembringe funn som sier noe om representativiteten til de tekstene som blir gjennomgått i den kvalitative tekstanalysen (Østbye m.fl. 1997:263).

Det finnes fordeler og ulemper ved de fleste metoder. Metodetrianguleringen kan derfor også betraktes som et forsøk på å veie opp for svakheter ved de ulike tilnærmingene, og derigjennom styrke analysen og resultatet (Østbye m.fl. 1997:36). For eksempel kan den kvantitative metoden føre til at man overser sammenhenger og helheten i materialet, fordi en grunnleggende del av analyseteknikken består i å dele empirien i analyse- og kodingsenheter (Østbye m.fl. 1997:207, Ekström & Larsson 2000:113). Når kodingsenhetene skilles fra sin sammenheng, kan det samtidig oppstå validitetsproblemer (Bergström & Boréus 2000:80). En kvalitativ tekstanalyse kan til en viss grad kompensere for slike svakheter fordi tekstanalysen studerer helheten og hvordan denne er konstruert.

En annen innvending mot den kvantitative innholdsanalysen er at kvantifisering ikke alltid er like hensiktsmessig; man kan ikke telle eller måle alle aspekter. For eksempel er det ikke nødvendigvis fruktbart å undersøke *hvor mange ganger* noe forekommer hvis man lurer på *hvordan* Aftenpostens kulturredaksjon kombinerer ulike virkemidler i sin formidling.

Den kvantitative innholdsanalysen er dessuten en strengt strukturert analyseteknikk som tar utgangspunkt i et kodeskjema. Undersøkelsen styres dermed i stor grad av skjemaet, noe som kan medføre at forskeren kun finner det hun leter etter. Forskeren får problemer med å være åpen overfor teksten (Bergström & Boréus 2000:79). Også her kan en kvalitativ tekstanalyse «bøte» på svakheten, fordi tekstanalysen er mer åpen og «tilpasningsdyktig» i forhold til sitt studieobjekt (Lundgren m.fl. 1999:53).

Noe som kan være en ulempe ved bruk av kvalitativ tekstanalyse, er at det vanskelig lar seg gjøre å generalisere på grunnlag av metoden. Dette fordi det er for tids- og arbeidskrevende å analysere et stort nok antall tekster kvalitativt. Å presentere fremgangsmåten i en kvalitativ analyse er dessuten mer problematisk enn i en kvantitativ analyse. Reliabiliteten vil dermed heves med kvantitative analyser (Østbye m.fl. 1997:208). Generelt holder kvantitative analyser høy reliabilitet, mens kvalitative analyser oppnår å trenge dypere inn i kjernen av teoretiske begreper, noe som gjør at metoden skårer høyere på definisjonsmessig validitet (Østbye m.fl. 1997:37).

Kvantitativ innholdsanalyse

Østbye med flere definerer kvantitativ innholdsanalyse som «*dataregistrering og analyseteknikk som søker mot en systematisk, objektiv og kvantitativ beskrivelse av innholdet i et budskap*» (Østbye m.fl. 1997:204). At beskrivelsen skal være *systematisk*, innebærer at analysen må følge generelle regler for hvordan materialet behandles. Slike regler beskrives gjerne i form av en kodebok. *Objektiv* henviser til at enkeltforskerens skjønn skal spille en minimal rolle. Eksempelvis skal flere forskere kunne kode materialet på samme måte (bruke samme system eller kodebok) og oppnå tilnærmet likt resultat (intersubjektivitet). *Kvantitativ* betyr at beskrivelsen av materialet bygger på telling. Østbye med flere mener likevel ikke at man nødvendigvis må utelukke alle kvalitative egenskaper ved materialet i analysen (Østbye m.fl. 1997:204).

Dette siste punktet avviker imidlertid fra Berelsons klassiske fremstilling av metoden. I tillegg til kravene om systematikk, objektivitet og kvantitet, forfekter Berelson at bare det *manifeste* innholdet skal utsettes for analyse, altså bare det som er tilgjengelig og synlig for enhver iaktaker. Eventuelle implisitte (underliggende) meninger som man til en viss grad må tolke for å få øye på, blir dermed utelatt. Berelsons syn er imidlertid kritisert og omdiskutert, og det er i dag blitt vanligere også å analysere latent (skjult) innhold (Østbye m.fl. 1997:205f). I foreliggende prosjekt vil dette bli gjort (for eksempel når argumentasjons- og kvalitetsnivå vurderes). Undersøkelsen er altså basert på Østbye med fleres (1997) fremstilling av metoden.

Fremgangsmåte – enheter og variabler

Et grunnleggende trekk ved den kvantitative innholdsanalysen består i å dele analysematerialet i størrelser som utvalgs-, analyse- og kodingsenhet (Østbye m.fl. 1997:209ff). I denne undersøkelsen er jeg interessert i å sammenligne innhold i ulike formater av Aftenpostens morgenutgave for å se hvordan avisen prioriterer og presenterer litteratur- og bokbransjestoffet, og hvordan dette eventuelt har endret seg med formatendringene. Av den grunn er det fornuftig å velge artikkel som både analyse- og kodingsenhet, noe også lignende undersøkelser har vist er formålstjenlig (se for eksempel Lund 2000). Også Østbye med flere foreslår artikkel som kodingsenhet når man skal sammenligne innhold i ulike aviser. Videre kan enhetene klassifiseres etter tema, størrelse (for eksempel tittel-, bilde-, ingress- og brødtekststørrelse), genre, etc. (Østbye m.fl. 1997:209f). Utvalgsenheten i denne undersøkelsen er aviseksemplar, og materialet omfatter alle typer artikler (redaksjonelt stoff) i avisen som omtaler litteratur og bokbransjen.

Å benytte artikkel som kodingsenhet er imidlertid ikke fritt for problemer. Iblant er det ikke entydig hva som er en artikkel, fordi en sak noen ganger presenteres gjennom flere tekster som står til hverandre. For eksempel kan man finne et intervju av en forfatter sammen med en anmeldelse av den nyeste boken til samme forfatter. Koder man dette som én eller to artikler? I denne studien kodes slike «sammensatte» saker som atskilte enheter, så lenge det er mulig å skille dem fra hverandre; det vil si at sakene kan leses uavhengig av hverandre og har egne titler. Dette blir gjort blant annet av pragmatiske hensyn; for eksempel ville det være noe uklart hvordan man skulle genreplassere det nevnte eksempelet med forfatterintervju og anmeldelse. Betraktet som to saker, blir det enklere.

Grunnet masterprosjektets omfang må undersøkelsen avgrenses. Den kvantitative innholdsanalysen begrenser seg derfor til «de mest essensielle» variablene i tillegg til noen rene identifiseringsvariabler. Følgende «essensielle» variabler vil bli brukt:

- Artikkelstørrelse
- Bruk av illustrasjoner
- Stoffområde (tema)
- Litterær genre
- Journalistisk genre
- Argumentasjons- og kvalitetsnivå
- Vinkling (fokus)
- Kildebruk
- Henvendelsesform

Hensikten med variablene og deres tilhørende verdier, er at disse skal kunne benyttes som et verktøy for å karakterisere innholdet i avisen (Ekström & Larsson 2000:124). Derigjennom skal det være mulig å kunne si noe om eksempelvis i hvilken grad avisinnholdet er tabloidisert. En mer detaljert beskrivelse av variablene med verdier finnes i kodeboken, som følger som vedlegg bakerst i foreliggende oppgave.

Avgrensning og utvalg

I denne studien undersøkes avisinnhold på bakgrunn av endringer i avisformatet. Av den grunn er det nødvendig å trekke utvalget fra de forskjellige periodene hvor Aftenpostens morgenutgave har operert med ulike formater. Det betyr at jeg gjennomfører en komparativ innholdsanalyse på et avisutvalg som er trukket fra følgende tre «formatperioder»:

- Fullformat, før 26. august 2003
- Kombinasjon av fullformat og tabloidformat, fra 26. august 2003 til 1. januar 2005
- Tabloidformat, fra 2. januar 2005

Man kan innvende at periode to er nødvendig å studere, men ettersom denne perioden var en slags prøveperiode før den fullstendige omleggingen, er det sannsynlig at man vil finne endringer allerede på dette tidspunktet. Ettersom denne undersøkelsen også er nokså avgrenset, er det hensiktsmessig å se på de tre periodene for å oppnå en viss kontinuitet i materialet som undersøkes.

Mediesosiologiske undersøkelser med innholdsanalyser av aviser viser at det kan være tilstrekkelig med én konstruert uke⁹ for å kunne kartlegge redigeringsmalen og stoffprioriteringen (se for eksempel Roppen 1991, Allern 2001). Siden foreliggende studie går mer spesifikt på en avgrenset del av én avis – kulturstoffet som omtaler litteratur og bokbransjen i Aftenpostens morgenutgave – bør utvalget bestå av noen flere uker. Jeg har derfor trukket ut to konstruerte uker fra hver av de tre «formatperiodene». Utvalget består dermed av to aviseksemplarer fra hver ukedag i hver periode, noe som til sammen gir (2 x 7 x 3 =) 42 aviseksemplarer.

Utvalget inneholder alle ukedagene fordi ulike sider av dekningen skal belyses. Som i mange andre aviser har også Aftenposten en «bokdag», en «musikkdag», etc. Det er derfor svært sannsynlig at et utvalg som hadde bestått av bare eller flest «bokdager», ville gitt en overvekt av bokanmeldelser, ettersom dette er hva slike «bokdager» helst fokuserer på. Siden jeg ikke bare vil undersøke anmeldelsesgenren, men derimot alt redaksjonelt stoff som omtaler litteratur og bokbransjen, er det rimelig å trekke ut konstruerte uker, også for å unngå at én sak dominerer utvalget.

Også utvalgsperioden er valgt med tanke på å unngå en dominans av bestemte journalistiske genrer. «Bokhøsten» er blitt et begrep som refererer til den tiden på året hvor det er høysesong for nye bøker. Et utvalg fra denne perioden – altså høsten – ville dermed kunne gi en overrepresentasjon av lanseringsstoff og anmeldelser. Av denne grunn er utvalget trukket fra våren i de ulike «formatperiodene». (Våren definerer jeg her som månedene februar, mars, april og mai.) Avgrensningen har også vært nødvendig å gjøre grunnet mer trivielle forhold som at tidsrammen for denne oppgaven er begrenset. I alt består utvalget av 208 artikler.

Jeg har forsøkt å unngå å trekke utvalget fra «påskeperioden» (det vil si påskeuken og uken like før påske) fordi det kunne gitt et skjevt resultat (med hensyn til tema og type litterære genre som omtales), ettersom vi i Norge regner påsken som «krimtid». Utvalget er heller ikke

⁹ En konstruert uke innebærer at man velger ut mandag fra en uke, tirsdag fra en annen uke, etc.

trukket fra uker som ikke er «fullstendige», det vil si uker hvor avisen ikke kommer ut alle dager. Utvalget i 2003 er dermed trukket fra ukene 6–14, 19 og 21 (11 uker i alt), i 2004 fra ukene 6–13, 17, 19 og 20 (11 uker i alt), og ukene 6–10, 14–17 og 21 (10 uker i alt) i 2005. Avisaeksemplarene er tilfeldig trukket, noe som er nødvendig for å kunne generalisere (Østbye m.fl. 1997:232). En nøyaktig oversikt over hvilke avisaeksemplarer utvalget består av, finnes i kodeboken (vedlegg).

Til tross for forsøket på å unngå «påskekrim-omtale» er det imidlertid kommet med en avisutgave i 2004 som inneholder slikt «uønsket» påkestoff. Eksempel 26 (fredag 26. mars 2004) inneholder 22 anmeldelser av såkalt påskekrim, én innledning til anmeldelsene, to henvisninger samt én oversikt over tidligere anmeldte krimbøker i Aftenposten. Til sammen utgjør dette 26 oppslag, som alle henvender seg til leseren med vekt på «påskekrim-stempelet». Ettersom en slik bred dekning av krimstoff ikke representerer en «normal» dag, har jeg i hovedsak valgt å se bort fra disse artiklene i analysen og kun tatt hensyn til de øvrige litteratursakene som finnes i eksempel 26. Der påskekrimartiklene inkluderes, blir det eksplisitt kommentert.

Man kan innvende at det er noe tidlig å undersøke en avis de første månedene etter omleggingen, fordi aviser gjerne må prøve formatet før de er i «normalt gjenge». Men denne første perioden kan også være interessant, fordi man slik får muligheten til å se hvordan avisen finner sin form. I perioden fra 26. august 2003 til 1. januar 2005 besto Aftenpostens morgenutgave også av ett legg i tabloidformat og ett i fullformat, og kulturstoffet befant seg i tabloidlegget. Dermed kan man hevde at det likevel ikke er så tidlig etter omleggingen; formatet er allerede prøvd i over ett år før den endelige omleggingen av hele morgenutgaven ble en realitet 2. januar 2005.

Man kan også bemerke at foreliggende studie tar for seg en svært begrenset tidsperiode. Dette valget er knyttet til et ønske om å isolere formatendringen. Dersom man hadde tatt for seg avisårganger med større avstand i tid, ville en rekke andre faktorer kunne få innflytelse på innholdet. Ettersom målet med denne undersøkelsen er å finne ut hvordan *formatet* påvirker formidlingen, altså om formatet har en selvstendig betydning i formidlingen av innholdet, er det mest formålstjenlig å studere et avisutvalg fra perioden som ligger tettest mulig opp til formatendringene.

Kvalitativ tekstanalyse

Å beskrive hva en kvalitativ tekstanalyse innebærer, byr på problemer både fordi begrepene «kvalitativ» og «tekst» ikke er entydige, og fordi det finnes ulike typer tekstanalyser (Larsen 1999:28). «Kvalitativ» betegner det som har med beskaffenhet (egenskaper) å gjøre, men egenskaper er ikke nødvendigvis noe objektivt gitt; egenskaper kan oppfattes på forskjellig måte av ulike mennesker. Slik kan det kvalitative referere til ulikt innhold, og termen blir da flertydig. Termen «tekst» viser i dagligtalen oftest til en kjede av ord (som eksempelvis det du leser nå), men betegnelsen kan også ha en utvidet betydning; «tekst» som sammenføyning av ulike betydningselementer. Da betydningselementene kan være alt fra levende bilder til kjeder av ord, blir begrepet «tekst» flertydig (Larsen 1999:18f).

Innholdet i avisen – budskapet – formidles gjennom et samspill mellom visuelle og verbalspråklige elementer. Utgangspunktet her er derfor et utvidet tekstbegrep der både det visuelle og verbalspråklige – skriftlig tekst, bilder, grafikk, etc. – inngår i analysen.

Hva er så analyse? Det enkleste svaret er at analyse innebærer å stille spørsmål og finne svar (Larsen 1999:28). Analyse kan også forklares som det å plukke et fenomen fra hverandre for å undersøke delene det består av, og hvordan disse er sammensatt og fungerer (Hillesund 1994:13f). Forutsetningen for en tekstanalyse må uansett være en foreliggende interesse for å finne ut noe om en tekst, mens målet er å oppnå økt forståelse for teksten (Larsen 1999:28f). Østbye med flere definerer tekstanalyse som «*analyse med sikte på å finne fram til strukturer, form og innhold i ulike typer mediebudskap*» (Østbye m.fl. 1997:56). Dessverre sier en slik definisjon lite om selve fremgangsmåten for analysen, trolig fordi mange ulike tilnærmingsteknikker kan være aktuelle (for eksempel semiotikk, narrativ analyse, diskursanalyse, språkbruksanalyse). En årsak til at flere tilnærminger kan være interessante i analyser av avisinnhold, er at avisen ikke rommer én type tekst. Eksempelvis kan noen artikler være beskrivende eller refererende, andre argumenterende og atter andre analyserende.

Analysestrategi og utvalg

Utgangspunktet for enhver tekstanalyse er altså et ønske om å finne ut noe om teksten. I foreliggende prosjekt er målet å finne ut hvordan Aftenposten formidler litteratur- og bokbransjestoffet på sine kultursider, og hvordan den journalistiske kvaliteten eventuelt har endret seg i løpet av de tre årene med formatendringer.

Det finnes en rekke spørsmål å stille til aviser og deres redaksjonelle innhold (artiklene). Siden artiklene ikke utgjør noen enhetlig genre, vil også ulike artikler og undersøkelser av aviser

og avisartikler kreve ulike spørsmål. Det medfører at tekstanalysen må tilpasses i hvert enkelt tilfelle, noe Lundgren med flere har poengtert i sin behandling av tekstanalyse på nyhetstekster.

Det bör samtidigt betonas att en textanalys inte kan göras efter ett fastställt regelformulär. Varje text är i en mening unik – två skribenter skriver aldrig exakt likalydande texter ... Därför måste analysmodellen vara så pass flexibel att den kan anpassas efter den enskilda texten. (Lundgren m.fl. 1999:53)

Det er altså umulig å gi én endelig oppskrift på analyse av aviser. Men selv om det ikke kan settes opp noen endelig mal, må man ha en viss plan for arbeidet. En slik plan bør bygge på teoretisk viten om tekster av samme art, samt kunnskaper og funn fra eventuelle lignende undersøkelser (Larsen 1999:28). I foreliggende studie tar jeg derfor utgangspunkt i et genreideal (som presenteres i innledningen til analysen), og i vurderingen av den journalistiske kvaliteten sammenligner jeg det aktuelle analyseobjektet med genreidealet. I tillegg relateres analysen til resultater fra tidligere forskning innen feltet, når dette er relevant.

Det overordnede målet er at jeg gjennom analysen skal kunne beskrive hvordan litteratur- og bokbransjestoffet blir presentert på Aftenpostens kultursider, hvordan de ulike virkemidlene fungerer sammen, altså hvilke kvaliteter artiklene rommer, og om disse har endret seg med formatomleggingene.

Utvalget i den kvalitative tekstanalysen er basert på aviseksemplarene som er trukket ut i den kvantitative innholdsanalysen. Fordi en kvalitativ tekstanalyse er tidkrevende, må utvalget imidlertid avgrenses sterkt sammenlignet med utvalget i den kvantitative innholdsanalysen. Jeg har derfor trukket ut én anmeldelse og én lanseringsartikkel fra hver «formatperiode», totalt seks artikler.

Genrevalget er gjort på bakgrunn av at anmeldelser og lanseringsartikler i større grad knyttes til produktlansering, hvor litteratur også kan betraktes som vare (i tillegg til kulturuttrykk). Ettersom forfallet i kulturjournalistikken gjerne forbindes med kommersialisering og markedsretting i journalistikken, er det mest interessant å undersøke genrene der muligheten for «markedsretting» er størst.

Artikkelutvalget i denne kvalitative delen av analysen består av den mest representative artikkelen innen sin genre hvert år, det vil si den artikkelen som rommer flest av de trekkene som forekommer hyppigst innen sin genre, slik de fremkommer gjennom den kvantitative innholdsanalysen.

3. Tabloidisering og kulturjournalistikk i Norge

Termen «tabloid»

I dag assosieres termen «tabloid» oftest med aviser, men opphavet til betegnelsen finnes på et helt annet område enn i pressen. Opprinnelig var tabloid et farmasøytisk varemerke for tabletter, og merket ble konstruert som en kombinasjon av ordene «tablet» og «alkoloid» (Örnebring & Jönsson 2004:287). Den narkotiske tabloide effekten og det faktum at tablettene var enkel å svelge, er så overført til media i metaforisk forstand (Fang 1997 ifølge Esser 1999:292).

Det var i England på begynnelsen av 1900-tallet at man første gang startet å bruke termen som betegnelse på et avisformat, som er hva tabloid refererer til i dag. Tabloidformatets størrelse er grovt regnet halvparten av fullformatet («broadsheet»), og kalles dermed også halvformat.¹⁰ Historisk regner man britiske Daily Mirror som den første tabloidavisen. Avisen ble etablert av Lord Northcliffe (Alfred Harmsworth) i 1903. De sentrale ingrediensene i avisen var korte artikler, mange bilder, fokus på personer, sensasjoner og underholdning – elementer man i dag gjerne knytter til tabloidiseringsdebatten. Som i dagens tabloiddiskusjoner argumenterte man også i 1903 for formatet ved å peke på at det var hendig og enkelt å ta med på tog, buss, etc. (Esser 1999:292, Allern 2001:27).

At Daily Mirror satset på en bestemt type stoffmiks og presentasjonsform, har påvirket betydningen av begrepet «tabloid». I tillegg til å betegne et bestemt avisformat, blir tabloid derfor også brukt om en bestemt journalistisk stil eller type – lignende den Daily Mirror satset på. Allern kaller stilen «kommersiell populærjournalistikk» (Allern 2001:39).

Tabloidjournalistikken vier ofte mye plass til sport, skandaler og populær underholdning, vinkler heller på person enn sak, og fokuserer på privatlivet til celebriteter og vanlige folk i stedet for å omtale politiske prosesser, økonomisk utvikling og samfunnsendringer.

¹⁰ Vanligvis er fullformatet 56 cm høyt og 39 cm bredt, mens tabloidformatet har en høyde på 38–39 cm og en bredde på 28–29 cm (Høst 2003:71). Det finnes aviser i tabloid- og fullformat som avviker noe fra standardmålene; målene må dermed betraktes som omtrentlige. Aftenpostens trykkeri, Schibsted Trykk, opererer med et fullformat som er 40 cm bredt og 56 cm høyt, mens tabloidformatet er 28 cm bredt og 40 cm høyt (www.strykk.no, se «Tekniske spesifikasjoner»).

Tabloidjournalistikken prioriterer heller underholdning enn informasjon (Sparks 2000:10f). Grunnet sitt bestemte innhold og sin form, omtales den tabloide journalistikken også som «sensasjonsjournalistikk» (Caplex nettleksikon, se «tabloidavis»).

Siden de første avisene i tabloidformat – blant andre Daily Mirror, Daily Sketch og Illustrated Daily News – la vekt på tabloidjournalistikk, har mange oppfattet tabloidformatet og tabloidjournalistikken som nærmest avhengig av hverandre. Klausen omtaler ideen om en slik forbindelse mellom format, innhold og layout som en «tabloid-ideologi» eller «tabloid-logikk» (Klausen 1986:214). Men ettersom det finnes en rekke ulike typer aviser – både «tabloide» og «seriøse» – som utgis i tabloidformatet, for eksempel franske Le Monde, norske Morgenbladet, britiske The Sun og norske VG, burde det være greit å se at en slik «tabloid-ideologi» vanskelig lar seg bekrefte, selv om det også er enkelt å finne eksempler som underbygger «ideologien».

«Tabloid» blir hyppig definert som et pejorativ (nedsettende adjektiv) (Gripsrud 2002:81), men Høidahl påpeker at tabloid også kan forstås som en journalistisk retning med både positive og negative elementer. I sin nokså omfattende definisjon lister han opp de to ulike sidene ved tabloid. Det negative ved begrepet:

- frir til følelser mer enn til intellektet
- legger mer vekt på det spektakulære enn det vesentlige
- fokuserer mer på personer enn på saker
- foretrekker krim fremfor politikk
- trekker frem kjendiser så ofte som mulig
- legger en lav terskel for å omtale ulykker
- legger vekt på underholdningselementet i det som skjer
- dramatiserer eller overdramatiserer begivenhetene
- gjør bruk av «infotainment»-teknikk (det vil si blander underholdning og informasjon)
- lager «likksom-nyheter» ved at uvesentligheter presenteres som nyheter av betydning
- nedprioriterer storpolitikk og kulturstoff
- legger ekstrem vekt på hendelsesnyheter

Tabloid i positiv forstand:

- forenkler stoffet uten å overforenkle det
- gjør vanskelig stoff tilgjengelig
- benytter moderne teknikk som grafikk og avansert bildebruk for å gi publikum en bedre oversikt over nyhetsbildet
- retter seg til det brede publikum og forutsetter ikke altfor store forkunnskaper (Høidahl 1996)

Tabloidformatets utvikling og vekst i Norge

Blant dagens norske aviser er tabloidformatet det mest brukte sideformatet, noe det har vært siden begynnelsen av 1980-tallet. Det var noen få lokalaviser som først tok i bruk formatet på 1950-tallet (Ottosen m.fl. 2002:156), men utviklingen og endringen i formatbruken startet på 1960-tallet (Høst 2004:10). Når flere aviser de siste årene har skiftet til tabloidformatet, er det derfor egentlig ikke snakk om en ny tendens. Det er heller avslutningen på en lang prosess som startet for nesten 50 år siden (Høst 2005a:15).

Veksten i bruken av tabloidformatet har vært tydelig i hver seksårsperiode fra 1966 til 1996. Samtidig har fullformatet hatt en like klar nedgang, noe tabellen under fremstiller (Høst 2004:10, Høst 2005a:15).

Tabell 1. Bruk av tabloid- og fullformat i norske aviser, 1966–2004 (antall aviser)

	1960	1966	1972	1978	1984	1990	1996	1999	2002	2003	2004
Fullformat	153	148	120	98	68	46	28	24	19	11	8
Tabloidformat	7	22	58	86	136	146	186	198	198	211	216

Frem til 1996 ligner også utviklingsmønsteret for tabloidformatet grovt sett et diffusjonsforløp. Ifølge diffusjonsteorien (noe forenklet) vil en normal utviklings- eller spredningsprosess følge en såkalt S-kurve med en langsom begynnelse, så en rask endringsperiode og deretter en gradvis utflating (Høst 2003:73). Man kan skille mellom fem ulike «adopsjonsgrupper» innen diffusjonsteorien: *Innovatørene* presenterer det nye som noen *tidlige brukere*, ofte opinionsledere, tar i bruk. Dette skaper en liten og begynnende vekst for nyvinningen. Etter hvert blir en *tidlig majoritet* overbevist om at det nye er verdt å satse på, og man opplever en første periode preget av nokså rask vekst. Deretter følger den *sene majoriteten*, som bidrar til at den sterke økningen fortsetter en stund. Til slutt flater utviklingen ut; det nye er blitt allemannseie, selv om det fremdeles kan finnes noen *etternølere* (Waldahl [1989] 1998:145f).¹¹

Betrakter man tabloidformatets utvikling og spredning i henhold til diffusjonsteorien, kan man anse «etternølerne» som de avisene som beholdt fullformatet etter 1996. Dette var hovedsakelig store abonnementsaviser – de største regions- og distriktsavisene (Høst 2003:73, Høst 2004:11). En gjengs forklaring på at disse større avisene beholdt fullformatet, er at de

¹¹ «Adopsjonsgruppene» er selvsagt kun idealtyper og man vil derfor ikke finne igjen alle «gruppene» i hver spredningsprosess.

vanligvis har vært avhengig av et stort annonsevolum. De har fryktet at en reduksjon i formatstørrelsen ville medføre et svært tykt avisprodukt, som ikke virker særlig tiltrekkende på leserne. Samtidig har de også vært bekymret for å tape annonseinntekter. Det er en utfordring å overbevise annonsørene om at en helsides annonse i tabloidformat er like mye verdt som en helside i fullformat. Høst finner det også fristende å forklare «tregheten» med en «kulturell motstand i avissystemet»; avisene har ønsket å markere seg som seriøse nyhetsorganer ved å ta avstand fra tabloidformatet, som man har oppfattet som mindre seriøst – formatet for «tabloidaviser» (Høst 2003:73, Høst 2004:11). Etterfølgerne har fryktet en tabloidisering ved skifte av format.

Men selv om noen aviser fremsto som «etterfølgere», vedvarte ikke den gradvise utflatingen etter 1996 i særlig grad, slik man kunne forvente ut fra diffusjonsteorien. Siden 2001 har utviklingen igjen satt fart; distrikts- og regionaviser som eksempelvis Drammens Tidende, Romerikes Blad, Haugesunds Avis, Tønsbergs Blad og ikke minst Aftenposten, er gått over til tabloidformatet. Også internasjonalt gjør en slik tendens seg gjeldende. Ifølge en rapport fra International Newspaper Marketing Association (INMA) byttet 16 fullformataviser i tolv ulike land på tre kontinenter til tabloidformatet¹² i perioden fra september 2003 og frem til utgangen av 2004. I tillegg annonserte minst 15 andre dagsaviser at de ville gå over til et mindre format i løpet av 2005 (Khattak 2005:2). Blant andre krympet den konservative franske avisen Le Figaro formatet i oktober (Notis, Dagens Medier 11/2005).

Blant dagens norske aviser er det nå bare seks fullformataviser igjen: De fire regionavisene – Adresseavisen i Trondheim, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Fædrelandsvennen i Kristiansand – Sunnmørsposten i Ålesund og den lokale fådagersavisen Møre-Nytt i Ørsta. Både regionavisene og Sunnmørsposten har varslet at de vil skifte til tabloidformatet i 2006. Redaktøren i Møre-Nytt har også uttalt seg nokså positivt i forhold til et formatskifte, selv om avisen foreløpig ikke har vedtatt noen omlegging (Lohne 2005). Trolig vil fullformatavisen dermed snart være historie i Norge.

Regionavisene behandlet tabloidspørsmålet også for et par år siden og avsto. At de nå har endret syn i saken, kan skyldes at frykten for tap av annonseinntekter er svekket etter Aftenpostens erfaringer med tabloidformatet; etter omleggingen har Aftenposten maktet å

¹² INMA-rapporten benytter betegnelsen «compact» i stedet for «tabloid», noe som ofte blir gjort for å unngå de negative konnotasjonene som kan relateres til tabloidformatet.

innføre en ny prismodell som i grove trekk går ut på at kunden betaler for hvor synlig annonsen er (observasjonsverdi).

Årsaker til formatendring

De siste tiårene har avisene fått merke den økte konkurransen fra andre og nye medier. Både i Norge og utenlands har en sviktende tendens i opplag og annonsevolum gjort seg gjeldende. Slike tendenser brukes ofte som forklaring på de siste årenes formatendringer. Nedgang i annonsemengde medfører en tynnere avis, men et mer kompakt format kan gjøre reduksjonen mindre synlig (Høst 2005a:17).

Det er særlig unge mennesker og kvinner som forlater avisene, målgrupper som er attraktive for annonsørene. Dermed blir det spesielt viktig for avisene å trekke til seg slike grupper. Aftenposten brukte et lignende argument for sin formatendring. Avisen mente tabloidformatet kunne styrke avisen i nye lesergrupper, blant annet fordi leserundersøkelser viste at 73 % av de spurte i aldersgruppen 15–29 år ønsket et mindre format. Det samme gjaldt nærmere 70 % av alle abonnentene. I tillegg sa et stort flertall (85 %) at en formatendring ikke ville svekke avisens seriøsitet (Gram 2004a).

Sammenlignet med fullformatet blir tabloidformatet også oppfattet som mer leservennlig og mer hendig å ta med på reise, noe som er viktig å ta hensyn til i dagens samfunn hvor folk stadig oftere er på farten. Ettersom de fleste norske avisene i dag bruker tabloidformatet, er det også en viss fare for at man blir oppfattet som «gammeldags» om man beholder fullformatet. At vi ønsker små produkter og ser ut til å forbinde dette med kvalitet og modernitet, gjenspeiles ellers i (medie-)samfunnet; både mobiltelefoner, digitale kamera og bærbar pc-er blir designet i stadig mindre formater. Selve formatskiftet gir dessuten mediene større muligheter til å tenke nytt på andre områder. Det er ikke bare avisens utseende som kan endres; formatendringen gir anledning til å tenke gjennom hele innholdet og konseptet.

De ovennevnte argumentene gjenspeiler seg i uttalelser fra Aftenpostens sjefredaktør, Hans Erik Matre, da Aftenposten vedtok at avisen skulle gå over til tabloidformatet:

Aftenpostens morgenavis skal være en nyhetsledende, kompakt og effektiv avis. Den skal betjene lesere som har det travelt i hverdagen, men også de som ønsker og har anledning til å bruke mer tid på avislesingen ... Gjennom de siste årene er morgenutgavens markedsposisjon og lønnsomhet svekket. Fornylse er påkrevd og formatendring er et av de kraftigste og best kommuniserbare virkemidlene ... (Matre ifølge Gram 2004a)

Hva innebærer «tabloidisering»?

Selve termen «tabloidisering» er av nokså ny dato.¹³ Betegnelsen finnes dermed sjelden i oppslagsverkene. Man må lete andre steder om man søker en definisjon av begrepet. Termen dukker stadig opp i debatter og i litteratur om medieutviklingen, men termens betydning blir likevel ikke alltid nøyaktig klarlagt i slike sammenhenger. Som Sparks påpeker kan det virke som om alle tror at alle vet hva det dreier seg om, men en slik holdning fører bare til uklarhet i diskusjonene (Sparks 2000:3). Esser omtaler tabloidisering som et «diffust konsept», og påpeker at enhver diskusjon om tabloidisering derfor må starte med en definisjon og avklaring av begrepet (Esser 1999:291f).

Som man ser av ordets stamme slekter «tabloidisering» på termen «tabloid», og det pejorative ved «tabloid» påvirker også forståelsen av «tabloidisering». En årsak til at «tabloid» tolkes negativt, er at betegnelsen gjerne brukes som en motsetning til «kvalitet» eller «seriøs». Særlig i beskrivelsen av det britiske avismarkedet har en slik polariserende bruk av begrepene vært vanlig. I Storbritannia har man skilt mellom de tabloide og de seriøse avisene – «the populars» og «the qualities». Avistypene har tradisjonelt hatt ulike formater, funksjoner og publikum; fullformatavisene er kvalitetsaviser som retter seg mot eliten og satser på seriøst stoff, mens tabloidavisene er populæraviser for det «brede lag» av befolkningen, aviser som serverer stoff av det mer underholdende slaget. Grunnet publikumsappellen, innholdet og kontrasten til de seriøse avisene, er populæravisene ansett som litt «mindreverdige».

Det er gjerne ved omtale av trekk som er karakteristiske for de tabloide mediene at begrepet tabloidisering dukker opp; man hevder det foregår en tabloidisering i eller med mediene. At det skjer en tabloidisering, impliserer at termen har med en prosess å gjøre, noe også endelsen -ing indikerer.¹⁴ En hyppig forklaring på hva denne prosessen går ut på, er at kommersielle og populærjournalistiske medier «smitter» andre nyhetsmedier: Tabloide kjennemerker eller nyhetsverdier – som utstrakt bruk av visuelle elementer, store typer, korte artikler, vekt på sensasjoner, skandaler, sex og sport – blir overført til kvalitetspressen (Esser 1999:293). Det hevdes også at en konsekvens av «smitten» er at informasjonsformidlingen i

¹³ De ordbokansvarlige for Merriam Webster ble første gang oppmerksom på «moteordet» «tabloidization» i amerikansk vokabular i 1991. Siden har det spredt seg til andre land (Lowe 1994 ifølge Esser 1999:292).

¹⁴ Verbalsubstantiv med endelsen -ing viser oftest til selve verbalhandlingen, noe som altså antyder at noe skjer, for eksempel en prosess (Gundersen m.fl. 1995:134).

kvalitetsmediene blir preget av underholdningsstoffets presentasjonsmåter, og man får gjerne en genreblanding i form av «infotainment» (Connell 1998:14, Dahl 1998:105).

Ettersom det pejorative aspektet ved termen «tabloid» påvirker tolkningen av «tabloidisering», blir tabloidisering ofte knyttet til en forfallstanke i medieverdenen; tabloidisering medfører at kvaliteten i mediene degraderes. Den journalistiske standarden svekkes og mediens samfunnsrolle blir undergravd.

Flere har forsøkt å formulere en definisjon av termen «tabloidisering». De fleste fokuserer på en endring i mediens stoffutvalg og presentasjonsform, som blant andre Esser:

[I]t [tabloidization] means a change in the range of topics being covered (more entertainment, less information), in the form of presentation (fewer longer stories, more shorter ones with pictures and illustrations) and a change in the mode of address (more street talk when addressing readers). (Esser 1999:293)

Esser utdyper sin forståelse av tabloidisering ved å påpeke at tabloidisering innebærer en generell reduksjon av journalistiske standarder, stoffutvalget endres slik at det blir færre «tunge» nyheter om eksempelvis politikk og økonomi, mens de «lettere» stofftypene som sladder, skandaler, sensasjoner og underholdning øker. Dessuten bidrar tabloidiseringen til en generell endring, eller utvidelse, når det gjelder hva mediene mener vi som borgere (stemmeberettigede) trenger å vite for å vurdere om en person er skikket for en offentlig stilling (Esser 1999:293).

I tråd med Esser definerer Allern tabloidisering som «en prosess der de klassiske, normative idealene som historisk er knyttet til nyhetsinstitusjonen blir undergravd». Dette innebærer en kvalitetsforringelse fordi journalistikken kobler seg fra forpliktelsene overfor en demokratisk, politisk offentlighet og kravene til etterrettelighet og kildekritikk. Innen kulturjournalistikken blir følgen en journalistikk som fokuserer på kommersiell populærkultur, «kjendiseri» og underholdning i stedet for kulturpolitikk og kunstkritikk. Presentasjonen får gjerne en melodramatisk og sensasjonspreget form, og kildekritikken svekkes. Allerns definisjon må forstås i lys av idealet om mediene som fora for det politiske demokratiet, og definisjonen er slik «idealtypisk». Definisjonen knytter tabloid og tabloidisering til redaksjonell, tematisk prioritering og journalistisk kvalitet, og ikke til én bestemt medietype eller genre (Allern 2001:44f).

En av de korteste definisjonene er levert av Marvin Kalb: «It [tabloidization] means ‘a downgrading of hard news and upgrading of sex, scandal and infotainment’» (Kalb 1997 ifølge Esser 1999:292).

På bakgrunn av disse vil jeg holde meg til følgende definisjon: Tabloidisering er endring i mediets (uansett type) stoff- og temaprioriteringer, samt henvendelses- og presentasjonsform.

Endringene gir økt vekt på «lettere» stofftyper, som skandaler, sensasjoner, underholdning og kommersiell populærkultur, og en mer overflatisk presentasjonsform, som innebærer en dominans av kortfattet journalistikk, mye visuelle elementer (bilder, grafikk og lignende), et muntlig eller «folkelig» språk, gjerne (over-)dramatiseringer, spill på følelser fremfor argumentasjon og refleksjon, og fokus på personer (gjerne kjendiser av alle slag og nivåer) og private anliggender fremfor sak og vesentlige forhold for offentligheten.

Tabloidisering – en trussel eller styrke for demokratiet?

Tabloidisering er et omdiskutert tema, og de ulike synspunktene i debatten knyttes ofte til pressens samfunnsrolle. Man hevder at tabloidiseringen påvirker den journalistiske kvaliteten, at kildekritikken svekkes og at pressens samfunnsrolle (normative ideal) blir undergravd. I Vær Varsom-plakaten – pressens etiske normer for egen virksomhet – blir det klargjort at pressen¹⁵ er en av de viktigste institusjonene i demokratiske samfunn. Pressen skal ivareta oppgaver som å informere, bidra til debatt og samfunnskritikk, verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet, og sikre åpen debatt og fri informasjonsformidling. Det blir ansett som vesentlig at pressen avdekker kritikkverdige forhold i samfunnet, også forhold ved mediene selv og deres samfunnsrolle (Vær Varsom-plakaten, pkt.1).

Medienes samfunnsrolle består altså av en rekke forpliktelser og oppgaver som er grunnleggende for og i et demokrati. Rollen gjør mediene til samfunnets viktigste diskusjonsarena. Det er gjennom mediene argumentene og synspunktene i politikken blir kjent for allmennheten. Slik får samfunnsborgerne mulighet til å reagere på og forstå prosessene rundt seg. En utbredt forestilling handler derfor om at mediene er en forutsetning for en velfungerende offentlighet og demokrati; dagens offentlighet er og består i og gjennom mediene. Av disse grunner er det viktig at mediene forvalter sin samfunnsrolle i tråd med de etiske prinsippene.

Men det er nettopp på dette punktet mediene svikter når de tabloidiseres, ifølge kritikerne, som derfor anser tabloidiseringen som en trussel mot demokratiet. Etter deres syn degraderer tabloidiseringen medienes standard, noe som bidrar til at samfunnsrollen svekkes og dermed ikke ivaretas. I stedet for at mediene utfører viktige oppgaver som å informere og bidra til debatt og samfunnskritikk, stilles det krav om at mediene må øke profitten. «The free press

¹⁵ Vær Varsom-plakaten definerer presse som trykt presse, radio, fjernsyn og nettpublikasjoner.

... is being undermined by the logic of capitalism» (Sparks 2000:5). I den kapitalistiske logikken er tabloidisering et virkemiddel for å nå ut til flere. At middelet aksepteres, skyldes at kommersielle krefter har overtatt styringen (se f.eks. Sparks 2000:4).

Kommersialiseringen henger sammen med mediernes dobbeltrolle. I tillegg til at mediene innehar en samfunnsrolle, skal mediene også selge; mediene er varer på et marked. Som kommersielle aktører må de forskjellige mediene utvide og sikre sine markedsandeler. En forutsetning for å lykkes med det er produktutvikling. Når konkurransen på markedet intensiveres, kan det dermed oppstå en konflikt mellom «børs og katedral» – kravet til inntjening og forpliktelsene overfor samfunnet. Noen mener ny teknologi må ta litt av skylden for den økte konkurransen. For eksempel antar man at en del av frafallet blant avisleserne skyldes nettavisenes tilsynekomst. Det hevdes derfor at teknologien ødelegger pilarene i «den fjerde statsmakt» (Sparks 2000:3f).

Redaktører og journalister i britiske kvalitetsaviser er noen av dem som har forsvart utviklingen – også kalt «dumbing down» – som nødvendig i møte med sosiale forandringer og økt konkurranse i medieverdenen: «That competition drives the British serious newspapers to innovate and find ways of reaching out both to their existing readers and to potential new ones» (Sparks 2000:8). Utviklingstendensen blir altså forsøkt rettferdiggjort og forsvart som eneste middel for å stoppe nedgangen i opplag og seertall. Også norske aviser bruker dette argumentet i sin begrunnelse for en formatendring. Skal man overleve i medieverdenen, med økt konkurranse og stadig høyere krav til profitt, må man imøtekomme publikums behov og forventninger. En slik type argumentasjon innebærer imidlertid uten tvil en kommersialisering; og om markedets etterspørsel blir hovedfokuset, er det mulig at man «glemmer» samfunnsforpliktelsene.

Mange mener at det som skjer når mediene overser oppgaver som å formidle informasjon og bidra til debatt, er at underholdende elementer øker i omfang. I en strategiplan for den ikke-kommersielle amerikanske radiokanalen Pacifica Radio blir denne tendensen omtalt: «Public interest journalism is being overwhelmed and marginalized by entertainment and tabloidization in the information market place» (Bunce 1997). En lignende forklaring finnes hos Connell:

In both press and broadcasting, other, instrumental forms of journalism are in the ascendancy and threaten the capacity of 'orienting' journalism whose functions are, ideally, to provide background, commentary, explanation, aggregation and civic correlation. (Connell 1998:13)

Disse andre instrumentelle journalistiske formene som Connell omtaler, samsvarer med det Eide kaller «servicejournalistikk»: «Service journalism is a kind of journalism whose declared

ambition it is to provide the readers with *guidance*, to enable them to act as rational consumers of commodities and social rights» (Eide 1997:177). En slik journalistikk anser leseren som konsument mer enn samfunnsborger, noe man med Habermas kan tolke som tegn på en reføydal offentlighet (ifølge Sørbo 1991:30ff). «Når resonnementet blir minimalisert til nokre få setningar, og konklusjonen blir ei slik vurdering, får vi rein panegyrikk ... Lesaren vil ikkje ta del i eit resonnement, men få tips om kva han skal leggja under juletreet» (Sørbo 1991:146f).

«Tilhengerne» i tabloidiseringsdebatten forfekter derimot at tabloidiseringen gjør medienes formidling mer tilgjengelig. Tabloidiseringen forenkler stoffet og formidlingen av dette, slik at mediene ikke bare tilfredsstiller en høyt utdannet elite. Dette blir samtidig forsvart som en nødvendig utvikling; folk i dagens samfunn opplever et tidspress og har dermed ikke tid til lange, analyserende og kompliserte artikler og fremstillinger. Dessuten er det stadig blitt enklere å skaffe seg ytterligere informasjon for den som er interessert i og har tid til det.

Samtidig påpekes det at en endring i presentasjonsmåte ikke behøver å bety at stoffet er mindre interessant eller verdifullt (Sparks 2000:8). Forsvarere av tabloidiseringen tolker derfor heller fenomenet som et virkemiddel for å nå ut til de som ellers ikke ville brukt mediene: «[I]t [tabloidization] is seen as one of the ways that the news can be rescued from irrelevance to the lives of the mass of people who otherwise reject it entirely» (Sparks 2000:9). Det er en slik forståelse Örnebring og Jönsson lanserer når de hevder at tabloidjournalistikk kan forstås som en alternativ offentlighet. I et slikt perspektiv vil ikke tabloidiseringen være en trussel for demokratiet, men heller en styrke, fordi den bidrar til at de som tidligere ikke har hatt noe medium å informere seg i eller selv uttale seg gjennom, får tilgang til dette gjennom denne alternative offentlighetskanalen (Örnebring & Jönsson 2004:293f). Et slikt «forsvar» kan imidlertid ikke legitimere dekningen av uvesentlige saker.

Foregår det en tabloidisering i Norge?

Tabloidiseringsdiskusjonen handler ikke bare om hvorvidt utviklingen er positiv eller negativ. Man spør også om den påståtte tabloidiseringen er reell. Problemstillingen er ikke ny, selv om begrepet tabloidisering er nokså nytt. Allerede på slutten av 1800-tallet begynte underholdningsaviser å vokse frem. Siden den gang har hypotesen om at det populære påvirker og svekker kvaliteten i de seriøse mediene vært en gjenganger i mediedebatten (Dahl 1998:101).

En faktor som kunne forklart en slik «kommersiell» påvirkning i Norge, er løssalgspressens sterke opplagsvekst på 1970- og 1980-tallet. Løssalgspressens vekst skapte debatt, og sentralt sto nettopp spørsmålet om løssalgsjournalistikken sprer seg til andre aviser

og medier (Høst [1987]2003:39f). For når mediene konkurrerer om det samme publikummets oppmerksomhet, vil de mindre suksessfulle mediene gjerne kopiere de som lykkes.

Ifølge Dahl finnes det likevel få tegn på en slik «tabloid» påvirkning i kvalitets- og abonnementsavisene, selv om avisene nok har endret seg. Dahl mener det heller er «påfallende hvordan de to typer aviser [tabloid-/løssalgsavisene og kvalitets-/abonnementsavisene] faller inn i bestemte form-mønstre» (Dahl 1998:109). Abonnementsavisene har alltid vært mye mer avhengig av annonser enn løssalgsavisene, noe som har virket inn på avisenes utforming og innhold (Dahl 1998:109f). Også forskjellen i distribusjonsmåte – abonnement versus løssalg – påvirker utformingen. Løssalgsavisene må selge på impuls, altså hver dag «stimulere potensielle lesere til et kjøp» (Allern 2001:213). De innretter derfor førstesiden som en salgsplakat, noe som gir en mye mer «skrikende» layout enn i abonnementsavisene. Også sideestetikken inni løssalgsavisen preges av dette salgsmomentet.

Også Høst forfekter at det ikke har foregått noen tydelig tabloidisering i de norske mediene. I stedet for det Høst kaller en «tabloidiseringshypotese», fremhever han at utviklingen i mediene må forklares som en sammensatt moderniseringsprosess:

[D]en opprinnelige «tabloidiseringshypotesen» gir en alt for enkel, og til dels misvisende, beskrivelse av det som har skjedd med avisenes utseende siden midten av 60-tallet. Overgangen til tabloidformat har åpenbart ikke hatt en slik avgjørende betydning som hypotesen tilsier, og den er heller ikke knyttet så sterkt til veksten for løssalgsavisene som jeg selv og mange andre har vært tilbøyelige til å tro. (Høst 2003:80)

Innholdsmessige endringer skyldes også blant annet at avisene løsrev seg fra sin politiske tilknytning på 1970- og 1980-tallet (Høst [1987]2003:40). Løssalgsavisenes påståtte påvirkning på andre avisers endringer i layout, design og innhold er derfor mindre sikker (Høst 2003:70). Det er trolig riktigere å betrakte utviklingen i relasjon til en «moderniseringshypotese» enn en «tabloidiseringshypotese», der moderniseringen ikke er knyttet til et bestemt format, men mer til et ønske om å skape et mer leservennlig produkt gjennom en effektiv, visuell kommunikasjon (Høst 2003:80ff).

Også innføringen av offsetteknologien kan forklare utviklingen i avisenes utseende. Offsetteknikken begynte å spre seg og overta for blyatts fra 1964 av, og den nye trykknikknikken bidro til at det ble enklere å endre formatet og bruke bilder i avisene. Gamle trykkpresser var stort sett tilpasset fullformatet, og med innføring av offset kunne man derfor vurdere en formatendring. Dette kan dermed delvis forklare hvorfor tabloidformatets gjennombrudd kom samtidig med overgangen til offset på 1960-tallet, og utviklingen må forstås som en sammensatt moderniseringsprosess hvor mange ulike faktorer – som teknologi,

økonomi, format, journalistiske idealer, grafiske virkemidler, etc. – har virket inn (Høst 2003:75ff).

Men selv om verken Dahl eller Høst finner tydelige tegn på tabloidisering, eksisterer det likevel en utbredt enighet om at personfokusering – interesseforskyvning fra sak til person – er blitt mer vanlig i journalistikken. Og personifisering blir regnet som et typisk trekk ved tabloide og populære medier. Personfokuset har vært til stede i pressen gjennom ett hundre år, dermed burde en tabloidisering trolig innebære at man finner en økt bruk av dette virkemiddelet i dagens medier. En eventuell vekst i personifiseringen kan også betraktes som en vekst av kvalitativ art; personifiseringen kan sies å ha blitt intimisert (Dahl 1998:110ff).

Det er imidlertid ikke nødvendigvis slik at økt personfokus *må* indikere tabloidisering. Konkretiseringer er som kjent enklere å forstå enn abstraksjoner. Ved å «gi ansikt» til en sak gjennom fokus på person i formidlingen av komplisert stoff, kan man lette forståelsen og gjøre kommunikasjonen mer effektiv. I realiteten vil dessuten all journalistikk være forenklet (Allern 2001:36). Det er også vanskelig å unngå at personfokusering ikke innebærer et visst element av popularisering (Dahl 1998:113), og ettersom mange assosierer popularisering med tabloidisering, virker dette inn på oppfatningen av personfokuserert journalistikk. Men som Allern påpeker, er ikke popularisering nødvendigvis det samme som fordummelse (Allern 2001:36).

Kulturjournalistikken i endring

Diskusjonen om tabloidisering og forfall eller utvikling er også aktuell om man ser på kulturjournalistikken isolert fra journalistikken generelt. For å kunne snakke om en utvikling eller endring, må man imidlertid ha et utgangspunkt å se utviklingen i forhold til. Når det påstås at kulturjournalistikken forfaller eller tabloidiseres, er det dermed naturlig å tenke seg en tid hvor man fant en mer ideell kulturjournalistikk enn dagens variant, som man kan anse som en motsetning til idealet eller utgangspunktet.

Larsen nevner et slikt kulturjournalistisk ideal og dets motsetning; en ideell kulturjournalistikk skal «være et sted for refleksjon, dannelse og folkeopplysning ... Idealets motsetning er kulturjournalistikk som underholdning, som fritidskonsum og reklame» (Larsen 2001:14). Idealet utgjør grunnlaget for journalistikkens legitimitet i samfunnet, og med en utvikling mot større fokus på underholdning, er det grunn til å tro at journalistikkens legitimitet begynner å vakle. For det er lite sannsynlig at man ivaretar forpliktelsene (om å informere, verne om ytringsfriheten, etc.) overfor samfunnet når underholdningsaspektet inntar en

dominerende rolle i journalistikken. En slik utvikling kan knyttes til tabloidisering, og resultatet av prosessen blir gjerne tabloidjournalistikk.

Mange av dem som er opptatt av utviklingen i kulturjournalistikken, uttrykker også en bekymring for «en tiltakende forbrukerorientering og en tilhørende tabloidisering av kulturstoffet» (Larsen 2001:13). Bech-Karlsen er trolig en av dem som tydeligst har postulert et forfall. I *Kulturjournalistikk. Avkobling eller tilkobling* (1991) hevder han at opplysningsidealet er satt under press av en påtrengende masse- og populærkultur (Bech-Karlsen 1991:50), og at kulturjournalistikken ved begynnelsen av 1990-årene er gjenstand for omforming og omlegging. Han mener det mest sentrale trekket i utviklingen er «en ny kobling» hvor kultur og underholdning smelter sammen i et overordnet kulturjournalistisk område (Bech-Karlsen 1991:5ff).

Bakgrunnen for påstanden finner Bech-Karlsen i mediers tendens til å behandle kultur og underholdning som et samlet stoffområde. Mange medier har omstrukturert seg slik at de har fått én felles avdeling for kultur og underholdning, i stedet for to atskilte. Allerede på 1980-tallet koblet Dagbladet de to stoffområdene i én seksjon, noe andre nordiske løssalgskolleger også gjorde. Men Bech-Karlsen mener *betydningen* av koblingen først ble tydelig da også Nordens fremste kulturavis, svenske Dagens Nyheter, 1. februar 1990 samlet de to stoffområdene i én seksjon under én vignett, «Kultur och nöjen». Endringen skjedde under ledelse av sjef- og kulturredaktør Arne Ruth, som forklarte forandringen som en konsekvens av at det tradisjonelle skillet mellom fin- og populærkultur er gått mer og mer i oppløsning (Bech-Karlsen 1991:11ff). Eller som Bech-Karlsen uttrykker det: «Det finner sted en 'demokratisering' av kulturformene» (Bech-Karlsen 1991:28). I dagens samfunn er det ikke uvanlig at én og samme person både går i operaen og på rockekonserter. Smakspreferansene er altså mer blandet, noe mediene må ta hensyn til.

Konsekvensene av en sammenkobling av kultur og underholdning er flere, men mange betrakter den som et forfall fordi de mener underholdningen går på bekostning av kulturen. Bech-Karlsen ser muligheten for at koblingen kan «vri kulturjournalistikkens oppmerksomhet mot underholdningsbransjen» (Bech-Karlsen 1991:25). En slik vridning kan påvirke hvilke emner journalistikken omtaler (mer massekultur) og hvilken form stoffet presenteres i (popularisering). Indirekte kan man lese det som at Bech-Karlsen frykter en tabloidisering; han er redd for en utvikling mot mer populært stoff om kulturindustriens produkter og mindre om tradisjonelle kunstformer, samt en sterkere person- og kjendisorientering og vekt på enkel og bred appell i stedet for en grundig, balansert og informert formidling (Bech-Karlsen 1991:25).

Man frykter også at kulturjournalistikken skal orientere seg mot forbruk og fornøyelse i så stor grad at eksempelvis debatter om viktige kulturspørsmål «fordummes» eller forsvinner helt. En slik bekymring kan knyttes til et av Lunds funn i undersøkelsen av kulturstoffet i norsk dagspresse (Lund 2000). Lund mener å finne en endring fra en «verdiorientert kulturdekning, med vekt på dannelseskulturen og tradisjonelle kunstformer og refleksjon rundt kunstneriske uttrykk, mot en mer forbrukerveiledende og konsumrettet dekning» (Lund 2000:118). Utviklingen kan betraktes som en tabloidiseringsprosess hvor man går bort fra det kulturjournalistiske idealet og over til dets motsetning – «kulturjournalistikk som underholdning, som fritidskonsum og reklame» (Larsen 2001:14).

Bech-Karlsen påpeker imidlertid at hans egne studier ikke viser noen fare med hensyn til stoffdekningen; dekningen er bred og variert. «Foreløpig er det vanskelig å påvise at underholdningsstoffet øker på bekostning av kulturstoffet. Underholdningsstoffet ser ut til å komme i tillegg til det tradisjonelle kulturstoffet» (Bech-Karlsen 1991:25f). Også Klausens og Aas' undersøkelse av Dagbladets overgang til tabloidformatet viser et slikt trekk: Mengden kulturstoff holdt seg stabil, mens underholdningsstoffet økte (Klausen 1986:266, Aas 1987:72f). Bech-Karlsens bekymring er i større grad rettet mot formen, som viser tegn til konformitet: «Forhåndsomtaler og enkle intervjuer dominerer» (Bech-Karlsen 1991:26f). Bech-Karlsen mener også å se en tydelig tendens til at refleksjon må vike for underholdning:

Kulturjournalistikken utvikling i dette århundret [det 20. århundret] viser ett meget klart utviklingstrekk: Meningsstoffet – den reflekterende journalistikk – har tapt terreng til fordel for nyhets- og reportasjestoffet – den begivenhetsbestemte journalistikk. Underholdningsidealet synes i stor grad å ha fortrent det gamle folkeopplysningsidealet.¹⁶ (Bech-Karlsen 1991:185)

Refleksjon krever plass, og dette er ikke alle aviser villig til å gi. Særlig vanskelig kan det bli når aviser bruker tabloidformatet, som de fleste gjør i dag, fordi sidestørrelsen naturlig begrenser plassen i forhold til fullformatet. I tabloidformatet må man derfor prioritere strengere mellom hva som skal være hovedoppslag og hva som blir mindre «fyllsaker», noe som kan medføre at det nettopp blir mindre plass til de lange og reflekterende artiklene, slik Bech-Karlsen hevder: «Utviklingen mot korte artikler og kjappe magasininnslag har rett og slett ekskludert refleksjonen og det sammenhengende resonnementet» (Bech-Karlsen 1991:185). Bruken av

¹⁶ Bech-Karlsen påpeker at «[d]en reflekterende tradisjonen har stått i motsetning til den beskrivende reportasjetradisjonen og den fragmenterte, refererende nyhets- og omtaletradisjonen. Mens omtale, nyheter og reportasjer forholdt seg til den flyktige strømmen av kulturbegivenheter, var den reflekterende journalistikken prinsipiell; den tok opp tidens store spørsmål til analyse og debatt» (Bech-Karlsen 1991:188). Det er på denne bakgrunn man må lese påstanden fra Bech-Karlsen her.

terningkast og lignende verdiskalaer i stedet for refleksjon og begrunnede vurderinger i anmeldelsene, kan betraktes som et resultat av en slik utvikling, som man kan kalle en tabloidisering av kulturjournalistikken.

Et annet poeng Bech-Karlsen fremhever, handler om det han omtaler som «prosessforståelse» i møte med kunst og kultur. Det må ikke bli slik at kulturproduktene blir viktigere enn kulturprosessene. Man må betrakte kultur som pågående samfunnsprosesser, og ikke som løseverne produkter (Bech-Karlsen 1991:51ff). I denne sammenhengen er bruken av forhåndsomtalen relevant å studere, ettersom genren gjerne er knyttet til produktomtale og kan si noe om prosessforståelsen i journalistikken.

Bech-Karlsen forklarer også koblingen mellom kultur og underholdning i relasjon til kommersialisering. Samtidig ser han at sammensmeltingen kan tolkes som en eventuell utvidelse av kulturbegrepet:

1. Når underholdningsstoffet slipper til på kultursidene, betyr det en nedprioritering av kultur, dvs. at man bygger ned sin forpliktelse som kulturinstitusjon, og orienterer seg mot etterspørselen på det kommersielle marked.
2. Utvidelsen av kulturbegrepet betyr en modernisering av avisa som kulturinstitusjon, slik at kulturjournalistikken kan omfatte alle de nye kulturfenomener som har vært utestengt fra kultursidene. (Bech-Karlsen 1991:20)

Uansett forståelsesmåte så har påstandene om mer underholdning på kultursidene vekket spørsmål og tanker omkring kulturjournalistikkens videre ferd. På bakgrunn av påstandene om – og frykten for – forfall og tabloidisering i kulturjournalistikken, spør man også om kulturen vil forsvinne fra dagspressen slik at den kun blir å finne i spesialkanaler som tidsskrifter og lignende, eller om utviklingen vil medføre at avisene blir mer og mer like hverandre, slik at mangfoldet trues.

Man kan også spørre om det er riktig å hevde at en utvikling hvor kulturjournalistikken orienterer seg mer og mer over i underholdningssektoren nødvendigvis må innebære forfall eller tabloidisering. Et argument som taler til fordel for utviklingen, er at dreiningen mot en bredere appell i kulturjournalistikken kan føre til at folk som ellers ikke ville fått noe kulturelt «input», i det minste oppnår litt kontakt med kulturstoffet.

Det er dessuten mulig også å behandle underholdningsstoffet kritisk og reflektere over underholdning. «Ikke hva, men hvordan», skriver Bech-Karlsen og sikter til at det ikke er *hvilke* emner som blir behandlet, men *hvordan* de behandles som er det viktige: «Alle kulturfenomener kan belyses i kulturjournalistikken – fra det trivielle og kommersielle til det kunstnerisk skapende» (Bech-Karlsen 1991:27). Poenget er at journalistikken må velge å ta kulturfenomenet på alvor, journalistikken «må koble til», for alt kan behandles kritisk. «Det vi derimot som oftest

ser, er at slike underholdningsfenomener behandles på sine egne betingelser – som underholdningsfenomener og på de lette underholdningssider» (Bech-Karlsen 1991:28).

«Populærkulturens uttrykk behandles nesten utelukkende gjennom en glatt og slapp lanseringsjournalistikk, iscenesatt av de store film- og plateselskapene. Det må skapes et kritikk-språk for populærkulturen», skriver Åmås (2002). Også Knapskog etterlyser en slik seriøs tilnærmingstype overfor underholdning og populærkultur.¹⁷ Knapskog mener dessuten at forfallstankene «er uttrykk for ei usunn ideologisk legning», nemlig en fordom om at populærkultur alltid vil være trivialkultur (Knapskog 2001:5). Dermed kan man også spørre om forfalls- og tabloidiseringspåstandene kanskje skyldes at populærkulturen blir omtalt i større grad nå enn før. Kanskje er det slik at den tradisjonelle kulturjournalistikken fremdeles består, men at populærkulturens inntog har utvidet feltet.

Samtidig er det også grunn til å se på hvem som kritiserer utviklingen. Som Tjønneland påpeker er dette fortrinnsvis akademikere og kunstnere (Tjønneland 2001:8). Dette er grupper som tradisjonelt er regnet som del av eliten og finkulturen, og som gjerne har dominert kulturjournalistikken. Av den grunn er det kanskje forståelig at disse «elitene» kritiserer mediene når populærkulturen nå i større grad inntar kulturjournalistikkens område; de føler sin stilling truet.

Årsaker til utviklingen

Hva er så årsakene til «den nye koblingen» og bekymringen for forfall og tabloidisering? Larsen mener utviklingen skyldes en endring av kulturens rolle i offentligheten. Kunst og kultur er avpolitisert og skilt ut fra samfunnet, og dermed ikke lenger noe av stor betydning for eller i samfunnet (Larsen 2001:13). Sørbo påpeker også at kunsten eller litteraturen i dag er skilt ut som en egen institusjon i samfunnet, i motsetning til i for eksempel 1870–80-årene; da var forholdet mellom litteratur og politikk tett. «Garborg, Bjørnson og Vinje var like viktige politiske aktører som dei som sat på Stortinget, og Stortinget reflekterte dette ved å diskutere om dei store diktarane skulle ha statsløn» (Sørbo 1991:141).

Utskillelsen har ført til en symbiose, ikke bare mellom kultur og underholdning, men også mellom kulturjournalistikken og kulturfeltet. Journalisten vil i dag i større grad identifisere

¹⁷ Også Helge Rønning oppfordret til en slik holdning på et seminar om kulturjournalistikk på Voksenåsen 1. mars 2002.

seg med saken og kulturen enn sin journalistiske rolle. Det kan medføre en form for servicejournalistikk for kulturfeltet, fordi pressen omtaler det den finner viktig «i den gode saks tjeneste» (Bech-Karlsen 1991:196). Dette skaper problemer ettersom servicejournalistikken bryter med prinsippet om journalistisk integritet og autonomi (jf. Vær Varsom-plakaten, pkt.2). «Der kulturjournalistikken før reint sjølvstøtt deltok i resonnementet omkring samfunnet, og forstod seg sjølv som eit slikt resonnement, må ein no nøya seg med lovtalar av sine egne objekt» (Sørbø 1991:145).

Utviklingen kan altså forklares på bakgrunn av en mangel på selvstendig journalistikk, noe også Åmås har etterlyst: «Norge trenger kulturjournalistikk utført av kunnskapsrike enkeltmennesker med selvtillit og integritet, personer som ikke representerer noen andre enn seg selv og sine kritiske idealer» (Åmås 2002). Mange mener derfor at en hovedutfordring for kulturjournalistikken består i å utvikle «en intelligent, kunnskapsbasert journalistikk også om populærkulturen og mediekulturen» (Larsen 2001:20).

For å oppsummere så handler altså debatten om hvorvidt kulturjournalistikken forfaller eller tabloidiseres egentlig om det samme som den generelle tabloidiseringsdebatten. De som peker på at kulturdekningen i avisene blir dårligere, peker nemlig på mange av de samme trekkene som i den overordnede tabloidiseringsdiskusjonen; påstandene går ut på at utviklingen gir økt personfokus, mer forbrukerveiledning og underholdning, etc., i mediene, altså forhold som påvirker den journalistiske kvaliteten slik at det normative idealet svekkes.

En tabloidiseringsmodell for det kulturjournalistiske feltet

For å kunne studere journalistisk kvalitet og hvorvidt en avis tabloidiseres, er det hensiktsmessig å ha et verktøy for en slik undersøkelse. Sparks (2000) har utviklet en modell som illustrerer hvordan man kan plassere aviser i forhold til to kryssende akser, der plasseringen viser i hvilken grad avisene er tabloidisert. Den ene akse tar for seg stoff- og temaprioritering og går fra en journalistikk konsentrert om politikk-, økonomi- og samfunnsstoff, til en journalistikk som vektlegger underholdning, skandaler og sport. Den andre akse handler mer om vinkling, og går fra en journalistikk som vektlegger det private og personlige, til en journalistikk som konsentrerer seg om det offentlige. I henhold til modellen vil journalistikk som nærmest utelukkende fokuserer på det offentlige og tema som politikk, økonomi og samfunn kalles seriøs, mens journalistikk som er opptatt av folks privatliv, skandaler, sport og underholdning, vil tildeles merkelappen tabloidjournalistikk (Sparks 2000:12ff).

Sparks identifiserer fem hovedtyper av aviser (men det kunne like gjerne være andre medietyper) som han plasserer suksessivt nedover i modellen: Seriøs, halv-seriøs, seriøs-populær, løssalgstabloid og (supermarkeds-)tabloid. Som eksempler på seriøs presse, nevner Sparks Wall Street Journal og Financial Times, og litt lenger ned, men likevel innen det seriøse feltet, plasserer han New York Times, Le Monde og FAZ. Som representanter for det motsatte hjørnet – (supermarkeds-)tabloiden – angir Sparks aviser man finner på supermarkedene i USA. Det er vanskelig å finne aviser av denne typen utenfor USA, og man må derfor trolig gå over til magasinverdenen for å finne europeiske paralleller. Innen løssalgstabloiden («newsstand tabloid press») plasserer Sparks blant andre både norske VG og tyske Bild, noe som viser at kategorien favner bredt. Løssalgstabloidene vektlegger i stor grad skandaler, sport og underholdning, men inneholder også noe seriøst stoff. Som representanter for den seriøs-populære avistypen nevner Sparks Daily Mail og USA Today, og denne karakteriseres blant annet ved at den legger stor vekt på den visuelle utformingen og «lettere» stoff. Avistypen rommer imidlertid også en vesentlig andel seriøst stoff. Eksempler på aviser innen den halv-seriøse kategorien er for eksempel Times og Guardian, og denne typen konsentrerer seg om de «tyngre» stoffkategoriene, men viser samtidig også en økende tendens til å dekke «lettere» stoff og vektlegge visuelle elementer i presentasjonen (Sparks 2000:14f).

Sparks inndeling er ikke basert på noen innholdsanalyser av noe slag; de fem typene er kun ment som tenkte «modellen» som demonstrerer mulige avis- eller andre medietyper. Fordelen med Sparks' modell og de ulike avistypene er imidlertid at man ikke behøver å tenke utelukkende i dikotomien seriøs–tabloid, fordi journalistikken kan befinne seg et annet sted enn ytterst på aksene – modellen representerer et kontinuum – og slik viser Sparks også at det finnes aviser på ulike nivåer med hensyn til grad av tabloidisering. Dermed kan man se på utviklingen i en avis og undersøke om den beveger seg i den ene eller andre retningen langs de to kryssende aksene; en bevegelse fra den delen hvor den seriøse pressen befinner seg, mot den delen hvor (supermarkeds-)tabloiden er plassert, vil innebære en tabloidisering.

En innvending mot modellen er at den ikke tar hensyn til visualiseringsgrad, noe som er relevant i en tabloidiseringsdiskusjon. Aksene i Sparks' modell begrenser seg til vinkling og stoff- og temaprioritering, men i beskrivelsen av de fem avistypene berører Sparks visualiseringsaspektet; det er blant annet en større vekt på visuelle elementer som skiller den halv-seriøse avistypen fra den seriøse typen. Dermed er også dette aspektet til dels representert i modellen, dog ikke synlig i form av noen akse. Men modellen mangler likevel «mål» for kildebruk og språk – momenter man kan relatere til den journalistiske kvaliteten.

Sparks' modell er utarbeidet for hele det journalistiske feltet, og modellen må av den grunn bearbeides for å fungere i foreliggende studie, ettersom denne undersøkelsen handler om kulturjournalistikken, avgrenset til litteraturfeltet. Jeg bruker derfor Bech-Karlsen til å omarbeide Sparks' modell.

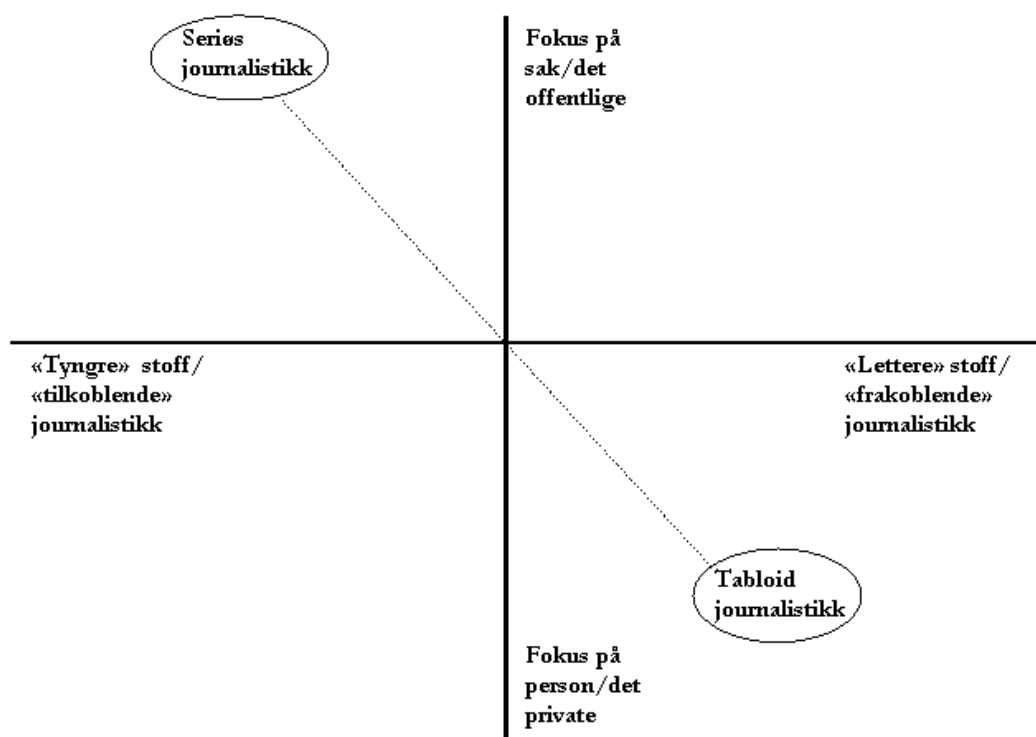
Bech-Karlsen anvender en koblingsmetafor og begreper som tilkobling og frakobling i sin omtale av kulturjournalistikken (Bech-Karlsen 1991). Disse vil også jeg ta i bruk. En tilkoblende journalistikk vil i denne oppgaven forstås som en journalistikk av høy kvalitet. En slik journalistikk er kritisk, reflektert, informerende og undersøkende, og forsøker å skape interesse og engasjement gjennom sin formidling. En tilkoblende journalistikk fokuserer ikke bare på kunstneren eller kulturproduktet, men vektlegger også kulturprosesser. Gjennom en journalistikk som kobler til, kan leseren dermed lære noe om kulturen og utvide sine perspektiver. En slik journalistikk vil ligge tett opp til idealet.

En frakoblende journalistikk holder derimot lav kvalitet. Denne journalistikken er overflatisk, refererende og ukritisk, og tar ikke kultur- og underholdningsfenomenene på alvor. En slik journalistikk kan ha en viss «pirringsverdi», men skaper ikke engasjement på en tilkoblende måte, fordi den «underslår at underholdning kan være noe annet enn tidsfordriv og virkelighetsflukt, at god underholdning kan skape åndelige og følelsesmessig engasjement» (Bech-Karlsen 1991:22). Gjennom en frakoblende journalistikk vil leseren derfor ikke utvide sine kulturkunnskaper, og en slik journalistikk ligner dermed idealets motsetning: Kulturjournalistikk som fritidskonsum, underholdning og reklame (Larsen 2001:14).

Ettersom tema- og stoffprioriteringsaksen i Sparks' modell er noe problematisk å benytte i foreliggende undersøkelse (siden studien er avgrenset til litteraturstoffet), kan det være fruktbart å tilføye koblingsaspektet på denne aksen, slik at aksen ikke bare gjelder stoff- og temaprioriteringene, men også tar hensyn til i hvilken grad journalistikken kobler til eller fra. Slik vil også den journalistiske kvaliteten inkluderes i modellen, noe som gir en ny modell. Denne vil jeg vende tilbake til i konklusjonen.

En tabloidisering i foreliggende undersøkelse kan dermed tenkes som en journalistikk hvor man i økende grad vinkler på for eksempel forfatteren som privatperson fremfor litteraturen (saken), og som eksempelvis legger større vekt på triviallitteratur («lettere» stoff) enn litteraturpolitiske spørsmål («tyngre» stoff). Samtidig svekkes også den journalistiske kvaliteten med en tabloidisering.

Figur 1. Tabloidiseringsmodell for det kulturjournalistiske feltet



I de påfølgende kapitlene vil altså innholdet i Aftenposten bli undersøkt i et forsøk på å finne ut om det er mulig å avdekke noen tydelige endringer i formidlingen som følge av formatendringene, og om disse eventuelle endringene gir en bevegelse i den ene eller andre retningen i modellen. Derigjennom skal det samtidig være mulig å kunne si noe om hva kombinasjonen av en tidligere seriøs fullformatavis («etternøler») og tabloidformatet (som mange forbinder med en mindre seriøs journalistikk) resulterer i.

4. Kvantitativ undersøkelse av litteraturstoffet

Utgangspunktet for denne oppgaven er en hypotese om at formatendringer i aviser vil medføre endringer i innholdet, noe som skjedde med Dagbladet da avisen la om til tabloidformatet i 1983 (Klausen 1986, Aas 1987). Studiens problemstilling handler om hvordan slike endringer påvirker litteraturformidlingen i Aftenposten. Er det slik at litteraturformidlingen eksempelvis tabloidiseres, i den forstand at deknningen av litteratur går i retning av en mer ukritisk behandling med økt personfokusering og mer forbrukerveiledende stoff, kortere oppslag og flere bilder?

I et forsøk på å besvare problemstillingen er et utvalg aviser trukket ut for en nærmere undersøkelse. Som omtalt i kapittel 2 består dette utvalget av to konstruerte uker fra ulike perioder hvor Aftenposten har operert med ulike formater – våren i hvert av årene 2003, 2004 og 2005.¹⁸

Mindre format – færre artikler?

Når aviser halverer størrelsen på formatet, blir det naturligvis mindre plass til stoffet på hver side. Dermed kan man lure på om det også vil bli mindre stoff i avisen etter en tabloidomlegging. Hvis man skal opprettholde samme stoffmengde, kan man øke antallet sider, men tradisjonelt har avisene vært redde for at avisen skal bli for tykk (Høst ifølge Gram 2004b). Av den grunn er en slik økning mindre sannsynlig.

Materialet viser imidlertid at det totalt sett (uavhengig av journalistisk genre) er blitt litt flere artikler om litteratur fra 2003 til 2005. Regner man med omtalen av påskekrimartiklene på den ene «unormale» dagen i 2004,¹⁹ forløper utviklingen nokså jevnt i løpet av treårsperioden som er undersøkt. Økningen går fra 72 artikler i 2003, til 78 i 2004 og 84 artikler i 2005. Trekker man fra påskekrimartiklene, viser 2004 derimot en nedgang fra 2003 (tabell 2, tall inklusive påskekrimartiklene er merket *).

Tabell 2. Antall litteraturartikler i Aftenposten, 2003–2005

År	2003	2004 (2004*)	2005	Totalt
Antall	72	52 (78*)	84	208 (234*)

¹⁸ Se underkapitlet «Avgrensning og utvalg» side 19–21 for en mer nøyaktig beskrivelse av utvalget.

¹⁹ Den «unormale» dagen i 2004 inneholder 26 oppslag om påskekrim, jf. side 20–21.

Man bør imidlertid være noe forsiktig med å trekke konklusjoner ut fra dette tallmaterialet, fordi tallene inkluderer førstesidehenvisninger. Henvisningene kan ikke betraktes som «fullverdige» artikler, siden de kun henviser til artikler inni avisen og ikke gir en helhetlig fremstilling av saken. I utvalget er tre av artiklene i 2003 henvisninger, mens avisene fra 2004 og 2005 inneholder henholdsvis 13 og 15 førstesideoppslag (tabell 3).

Tabell 3. Antall henvisninger og antall artikler uten henvisningene

År	2003	2004 (2004*)	2005
Totalt antall artikler	72	52 (78*)	84
- Henvisninger	3	13 (15*)	15
Antall artikler uten henvisningene	69	39 (63*)	69

Hvis man betrakter antallet artikler om litteratur uten henvisningene, finner man at antallet i 2003 og 2005 er identisk: 69 artikler. Dermed kan man ikke hevde at antallet artikler om litteratur og bokbransjen har økt i løpet av perioden, iallfall om man mener selve innholdet *inni* avisen. Antallet artikler uten henvisninger for 2004, inkludert påskekrimartiklene, er 63, noe som ligger tett opptil tallet for 2003 og 2005. Ser man bort fra påskekrimartiklene i 2004, noe som blir gjort i fortsettelsen, er antallet artikler 39, det vil si en god del lavere enn i de to andre utvalgsårene. Uansett hvordan man betrakter tallene, så ligger antallet litteraturoppslag i 2004 dermed lavere enn i 2003 og 2005.

Her bør imidlertid ytterligere en innvending påpekes, for tallmaterialet inkluderer også en del sitater (det vil for eksempel si et oppslag som består av et lite bilde av en forfatter og en setning hentet fra en av forfatterens verker) og noen få «rettelser» (det vil si små notiser der Aftenposten korrigerer en feil i et tidligere oppslag). Disse er kodet under verdien «annet» på variabelen «journalistisk genre» (se kodeboken i vedlegget). Verken sitatene eller «rettelsene» er artikler som formidler særlig mye om litteratur; hensikten med sitatene er i større grad å splitte opp siden med litt småstoff for å gjøre siden mer tiltrekkende, eller for å «fylle ut» siden. Studien viser at utvalget i 2003 inneholder flest sitater – ni totalt. 2004 inneholder ingen slike «småsaker», mens 2005 har to. Trekker man også disse «småsakene» fra totalantallet, ender man opp med 60 artikler om litteratur i 2003, 39 artikler i 2004 og 67 artikler i 2005. Slik sett inneholder 2005 mer utfyllende stoff om litteratur enn de to foregående årene, og man kan hevde at det har foregått en liten økning i litteraturredningen når man kun betrakter antallet. 2004 er derimot et år som skiller seg ut med færre saker.

2004 var en slags «prøveperiode» for tabloidformatet. I denne perioden kan man anta at avisen testet ut ulike løsninger for derigjennom å finne frem til de beste. Dermed kan det hende at Aftenposten i denne perioden satset mer på stoff avisen mente ville fungere bedre og virke

mer attraktivt på leseren enn litteraturstoff, og at dette forklarer «dalbunnen» i 2004. Siden foreliggende studie ikke rommer en analyse av hvor stor andel litteraturstoffet utgjør sammenlignet med andre stofftyper, er det imidlertid vanskelig å avkrefte eller bekrefte slike funderinger. Men det kan nevnes at Åserud finner en økning særlig innen stoffet om populærkultur (film, populærmusikk, medier, og lignende), men også litt mer litteraturstoff, etter Aftenpostens første formatendring (altså i kombinasjonsperioden). Dekningen av «klassisk» kultur (teater, billedkunst, arkitektur, og lignende) er derimot redusert (Åserud 2004:12). Åseruds funn samsvarer slik med resultatet i den norske delen av forskningsprosjektet *Changing Media – Changing Europe*: Omtalen av populærkulturelle uttrykksformer innen de ulike kunstartene øker (spesielt i løssalgsavisen) utover i perioden som prosjektet tok for seg (1960–2000) (Knapskog 2001:7).

Nedgangen i antallet artikler i 2004 kan også skyldes en redusering i sideantallet, en nedgang Åserud får bekreftet gjennom et intervju med daværende redaksjonssjef i Aftenposten, Arild Kveldstad (Åserud 2004:14). Her må det imidlertid legges til at Kveldstad sammenligner sideantallet i 2004 med antallet høsten 2003; begge tallene er altså fra kombinasjonsperioden. Kveldstad sier ingenting om sideantallet i 2005, etter den fullstendige omleggingen, eller før formatendringene høsten 2003. Det er likevel mulig at en nedjustering i sideantallet kan være en grunn til dalbunnen i 2004. I tillegg nevner Åserud en mulig økonomisk forklaring: Nedskjæringer i Aftenposten kan ha påvirket den redaksjonelle produksjonen – færre folk makter ikke å produsere like mye stoff (Åserud 2004:15).

Men selv om *antallet* artikler viser en tilbakegang i 2004, kan det hende at omfanget av litteraturstoffet – plassbruken – er like stor i 2004 som i de to andre årene. Det kan være tilfellet om artiklene er større i 2004 enn i 2003 og 2005.

Flere store og færre korte artikler

Én av utfordringene med å lage avis i tabloidformat er at formatets størrelse setter større begrensninger i sideutformingen enn fullformatet. Sammenlignet med fullformatet er det for eksempel vanligvis kun plass til én hovedsak per side, og det blir dermed også mindre areal til saker rundt. En slik utforming med én toppsak og noen mindre saker per side er utbredt i tabloidformatet, og omtales gjerne som «tabloid-estetikk» (se for eksempel Klausen 1986:262). Grunnet «tabloid-estetikken» kan man også forvente å finne færre «mellomsaker» på en tabloidside enn på en fullformatside. Ofte blir avissidene heller fylt ut med kortere oppslag, som notiser, rundt hovedoppslaget. Dermed kan man trolig forvente å finne flere kortere

artikler i tabloidformatet, noe som også delvis samsvarer med definisjonen av «tabloidisering» – tabloidisering innebærer en utvikling mot en kortfattet journalistikk. Som Klausen påpeker *krever* imidlertid tabloidformatet ikke en slik «tabloid-estetisk» utforming, selv om tabloidformatet altså setter noen begrensninger (Klausen 1986:218).

For å finne ut hvor stor plass Aftenposten bruker på litteraturstoffet, er artiklenes størrelse kodet i fem ulike kategorier: Svært liten, liten, mellomstor, stor og svært stor artikkel. (For en nærmere presentasjon av kategoriene, se kodeboken i vedlegget.) Utviklingen i bruken av de ulike artikkelstørrelsene fremtrer imidlertid tydeligere om man slår sammen de to største kategoriene til én og de to minste til én, slik at man ender opp med tre hovedgrupperinger (tabell 4).

Tabell 4. Utvikling i artikkelstørrelse (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Store	1	7	11	1 %	14 %	13 %
Mellomstore	16	14	26	22 %	27 %	31 %
Små	55	31	47	77 %	59 %	56 %
Totalt	72	52	84	100 %	100 %	100 %

Som det fremgår av tabell 4 dominerer artiklene av de minste typene – svært liten og liten (små) – hvert år, men man ser en tendens til færre av de minste og litt flere av de største artiklene. Utviklingen er tydeligst når man betrakter andelene.

For å gå noe mer i detalj, så utgjorde kategorien «svært liten» den største andelen totalt sett i 2003; omtrent halvparten av artiklene havnet innen denne gruppen (35 artikler, noe som utgjør 49 %). I 2005 er andelen «svært liten» artikkel sunket betraktelig, til 29 %, og fordelingen er jevnere blant «svært liten» (29 %), «liten» (27 %) og «mellomstor» (31 %). De mellomstore artiklene er for øvrig den største enkeltgruppen i 2005 i denne undersøkelsens kategorisering. Det finnes ingen svært store artikler i 2003-utvalget, mens denne størrelsen er representert i både 2004 og 2005. Dessuten er kun én artikkel i utvalget fra 2003 kodet som stor, mens studien viser to slike i 2004 og sju tilfeller i 2005. Også på dette detaljplanet bygger altså utviklingstrekkene opp under en hypotese om at det er blitt flere større og færre mindre artikler om litteratur og bokbransjen i løpet av treårsperioden 2003 til 2005.

Som det fremgår av tabell 4 er det ingen markante forskjeller i andelene mellom 2004 og 2005, men på detaljplanet viser fordelingen at andelen svært store artikler er høyere i 2004 enn i 2005. Dette bidrar dermed til å forklare hvorfor artikkelantallet er lavere i 2004 enn i de andre årene. Med flere svært store artikler i 2004 enn i de andre årene, behøver ikke arealet brukt på litteraturstoff likevel være så langt unna omfanget i 2005, som artikkelantallet derimot antyder.

I kategoriseringen som er brukt i foreliggende undersøkelse, går den svært store artikkelen over en hel tabloidside eller mer. Ved bruk av denne størrelsen vil man altså ikke ha plass til noen andre saker på en tabloidside. Men ettersom leseren gjerne foretrekker sider som også inneholder noen småsaker, fordi dette gjør siden «lettere», kan man forvente at det vil være flere mellomstore og store saker enn svært store saker i tabloidformatet. Slik får man plass til noen kortere oppslag rundt toppsaken. Undersøkelsen gir et slikt resultat i 2005, men i 2004 (da kultursidene også var i tabloidformat) er det altså flere svært store artikler enn store artikler.

Sammenlignet med fullformatet er det i tabloidformatet enklere å slå opp en sak i breddeperspektiv ved å legge saken ut over to sider. Gjør man dette med en svært stor artikkel, kan man fremdeles få plass til kortere artikler rundt. I 2004 utnyttet man denne muligheten i litt større grad enn i 2005, noe som kan forklare hvorfor studien viser flere svært store artikler i 2004 enn i 2005. Generelt sett blir «tabloid-estetikken» også bekreftet: Sidene i tabloidformatet inneholder stort sett ett hovedoppslag og noen kortere saker rundt, eller én hovedsak og én mellomstor artikkel som fyller ut siden. En slik måte å tegne ut siden på, gir færre saker per side i tabloidformatet enn i fullformatet. Når antallet saker øker, samtidig som det blir flere større artikler, kan dette indikere at det likevel er blitt flere sider etter formatendringen.

«Tabloid-estetikken» kan også forklare hvorfor det er blitt flere større artikler med formatendringene. Samtidig kan det tenkes at man benytter den korte artikkelen fremfor den svært korte når man skal «fylle ut» siden; slik begrenser man antallet artikler per side og oppnår en mer oversiktlig og ryddig side. Dette kan altså belyse reduksjonen av de svært korte artiklene. Færre saker per side vil på samme tid medføre at man må prioritere strengere.

Slår man sammen de mellomstore og største artiklene, slik at man ender opp med to kategorier – store versus små – ser man enda tydeligere tendensen til en utvikling fra de små artiklenes dominans til en jevnere fordeling mellom små og store artikler (tabell 5).

Tabell 5. Artikkelstørrelse (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Store	17	21	37	23 %	41 %	44 %
Små	55	31	47	77 %	59 %	56 %
Totalt	72	52	84	100 %	100 %	100 %

Foreløpig kan man altså konkludere med en tendens mot færre små artikler og en økning i store artikler i Aftenpostens dekning av litteratur og bokbransje. Et slikt utviklingstrekk finner delvis også Lund, og endringen er motsatt den nokså utbredte oppfatningen om at tabloidformatet medfører færre store artikler og mer småstoff (Lund 2000:91f). Ser man

utviklingen innen artikkelstørrelsen isolert fra andre faktorer, viser den altså ingen tegn til tabloidisering i form av en kortfattet journalistikk på artikkelnivå.

Artiklene er gjerne illustrert

Illustrasjoner fremhever saken og utgjør et blikkfang i henvendelsen. Samtidig kan bruk av bilder og grafiske fremstillinger tydeliggjøre og lette formidlingen av komplisert stoff. Økende bruk av visuelle elementer knyttes dessuten til fenomenet tabloidisering. Spesielt en utvikling hvor de visuelle elementene opptar mer plass og teksten mindre, regnes som et trekk ved tabloidisering (se for eksempel Djupsund & Carlson 1998:105f, MacLachlan & Golding 2000:78, Uribe & Gunter 2004:390). Dette skyldes blant annet at en mulig konsekvens av mindre plass til teksten, blir en overflatisk presentasjon. Samtidig forfektes det også at tabloidformatet krever større bilder, noe Aas omtaler som et visualiseringspress (Aas 1987:131ff).

På bakgrunn av utviklingen mot større artikler i Aftenposten, kan det være interessant å undersøke om veksten skyldes mer bruk av illustrasjoner. Fra Lunds første studie vet man at bruken av bilder har økt med årene: I 1975/76 var omkring 60 % av Aftenpostens artikler uten bilde. Drøye 20 år senere hadde denne andelen sunket til 39 % (Lund 2000:93).

Tabell 6. Illustrasjonsbruk (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Ingen	26	13	28	36 %	25 %	33 %
En	34	29	42	47 %	56 %	50 %
Flere	12	10	14	17 %	19 %	17 %
Totalt	72	52	84	100 %	100 %	100 %

(Se kodeboken i vedlegget for mer om kategoriene)

Som det fremgår av tabell 6 har det imidlertid ikke foregått noen radikale endringer fra 2003 til 2005. Andelen artikler med illustrasjon – én eller flere – er totalt sett gått litt opp, men bruken holder seg likevel på et nokså stabilt nivå: Fra 64 % i 2003 til 67 % i 2005. Den største endringen (eller «avviket») finnes i 2004 der artikler med illustrasjon(er) forekommer hyppigere enn i 2003 og 2005; 75 % av artiklene i 2004 er illustrert. Om man ikke ser på illustrasjonenes størrelse eller andre relevante forhold som hva de illustrerer, kan man hevde at 2004 viser tegn til tabloidisering med hensyn til økt bruk av visuelle elementer.

Artiklene med én illustrasjon utgjør den største gruppen alle årene; det er altså vanligst å illustrere artiklene, og illustrasjonene er helst foto. Ingen av artiklene i utvalget som er undersøkt i foreliggende studie inneholder grafiske presentasjoner, men faksimile forekommer.

Mer plass til illustrasjoner

Selv om studien ikke viser noen vesentlige forskjeller i bruken av illustrasjoner i 2003 og 2005, kan arealet brukt på illustrasjoner i forhold til teksten være endret. Da Dagbladet la om til tabloidformatet i 1983 ble tittel- og tekstmengden redusert med 3,5 tabloidsider per dag. Denne plassen gikk i stedet til bilder (Klausen 1986:262f, Aas 1987:79).

Tabell 7. Forholdet mellom tekst og illustrasjoner i illustrerte artikler (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Tekst opptar mest plass	42	23	37	91 %	59 %	66 %
Omtrent lik plass	2	10	9	4 %	26 %	16 %
Illustrasjon opptar mest plass	2	6	10	4 %	15 %	18 %
Totalt	46	39	56	100 %	100 %	100 %

(Se kodeboken i vedlegget for mer om kategoriene)

Som det fremgår av tabell 7 tildeles teksten mest plass i omtrent samtlige illustrerte artikler i 2003. Kun i fire av i alt 46 illustrerte artikler opptar illustrasjonen(e) like mye plass som teksten eller mer plass enn teksten. Teksten får også mesteparten av plassen i artiklene i de fleste tilfellene i 2004 og 2005, men andelen har sunket kraftig; fra 91 % i 2003 til 59 % og 66 % i henholdsvis 2004 og 2005. Gjennomgående øker samtidig andelen artikler hvor illustrasjonen vies mer plass enn teksten. Utviklingen fra 2003 til 2005 viser også en sterk vekst i kategorien hvor tekst og bilde gis omtrent lik plass. Dermed fyller illustrasjonen mer eller like mye plass som teksten i én tredjedel av de illustrerte artiklene i 2005, i motsetning til under én tiendedel i 2003. Illustrasjonene øker altså i omfang utover i perioden som er undersøkt. Man kan anse dette som en tabloidiseringstendens i forhold til definisjonen. Tabloidiseringstrekket er tydeligst i 2004.

Man kan påstå at 2004 representerer et «avvik» sammenlignet med 2003 og 2005, siden illustrasjonene vies like mye eller mer plass enn teksten i omkring 40 % av de illustrerte artiklene, noe som ligger over andelen i de to andre årene. Dermed styrker dette påstanden om at 2004 fremstår som et mer «tabloidisert» år enn 2003 og 2005 med hensyn til visuelle elementer: I 2004 brukte Aftenposten ikke bare illustrasjoner mer hyppig i sin litteraturdekning, illustrasjonene fikk også mer plass dette året.

«Avviket» i 2004 kan ha sammenheng med at 2004 som nevnt var en slags «prøveperiode» for tabloidformatet. Alle evalueringer og undersøkelser med hensyn til bruken av tabloidformatet forelå ikke i 2004 i samme grad som da Aftenposten endret hele avisens format 2. januar 2005. I 2005 kunne man da gjøre bruk av erfaringene fra «kombinasjonsperioden». Kanskje var Aftenposten mer bevisst på å bevare «den opprinnelige

Aftenposten» ved siste formatendring, i den forstand at man ikke ville bli for visuelle, men heller satse mer på tekstlig innhold, som i 2003.

Det er også mulig at visualiseringen i 2004 henger sammen med den større andelen svært store artikler; det kan nemlig se ut til at det brukes bilder hyppigere i de større artiklene. I utvalget som er undersøkt, finnes det ingen svært store eller store artikler uten illustrasjoner. Andelen store artikler med én illustrasjon har også økt. Dermed er det grunn til å tro at svært store og store artikler helst er illustrert. Teksten dominerer svært sjelden i disse største artiklene – bildene er svært fremtredende – noe som delvis samsvarer med Simonsens funn. I sin undersøkelse av filmanmeldelser i fire norske aviser, fant nemlig Simonsen at bildet vanligvis dominerer i de største anmeldelsene (Simonsen 2004:61f). For øvrig kan det se ut til at plassen brukt til illustrasjoner til en viss grad øker med artikkelstørrelsen. En årsak til at de største artiklene oftere er illustrert enn de mindre, kan være at man vil unngå for teksttunge artikler.

Stoff- og temaprioritering

Tabloidisering innebærer en endring i mediets stoff- og temaprioriteringer. En utvikling mot «lettere» stoff, som underholdning og kommersiell populærkultur, betraktes som tegn på tabloidisering. Det er også en slik utvikling – mer underholdning og markedstilpasset stoff på kultursidene («underholdingspress») – Bech-Karlsen og andre frykter skal medføre en kulturjournalistikk som undergraver sine forpliktelser overfor samfunnet. Slike momenter sto også sentralt i debatten da Dagbladet skulle legge om til tabloidformatet i 1983: Hvordan ville kulturstoffet klare seg i tabloidformatet? (Aas 1987:68, Klausen 1986:222ff).

Ett av Klausens og Aas' hovedfunn i innholdsanalysen av Dagbladet ved overgangen til tabloidformatet, viser nettopp en tendens til mer underholdningsstoff. Dette hadde en markert økning fra 1982 til 1983. Men underholdningen gikk ikke på bekostning av det tradisjonelle kulturstoffet; dette holdt seg stabilt, og litteraturstoffet hadde faktisk også en økning (Klausen 1986:267, Aas 1987:69ff). Undersøkelsen understøtter dermed Bech-Karlsens utsagn om at underholdningsstoffet foreløpig (i 1991) ikke ser ut til å øke *på bekostning* av det tradisjonelle kulturstoffet; det kommer heller *i tillegg* (Bech-Karlsen 1991:25f). Men hvordan har det gått med litteraturdekningen i Aftenposten etter formatendringene?

Mindre sakprosa, og dominans av skjønnlitteratur

For å få en oversikt over hva slags litteraturstoff Aftenposten dekker, er artiklene i foreliggende studie delt inn etter følgende stoffkategorier: Skjønnlitteratur, sakprosa, trivallitteratur,

litteraturpolitikk, litteraturarrangement eller -markering, litteratur i eller tilknyttet andre medier eller kunstarter, litteratur generelt og annet. I sistnevnte kategori – annet – plasseres artikler som ikke passer inn i noen av de andre gruppene, og en artikkel som kategoriseres under litteratur generelt, er for eksempel nyheten om at Libris og Interbok slår seg sammen og blir landets største bokhandlerkjede (28. april 2005, side 7).

Man kan anse kategoriene triviallitteratur, skjønnlitteratur og litteraturarrangement eller -markering som «lettere» stofftyper, mens litteraturpolitikk og sakprosa kan karakteriseres som «tyngre» stoff. Hvor «tungt» eller «lett» stoffet er, henger selvsagt også sammen med *hvordan* stoffet presenteres, men grovt sett er det likevel mulig å dele inn som her. En tabloidisering kan dermed for eksempel innebære en vektlegging av triviallitteratur fremfor sakprosa og litteraturpolitikk. (For en nærmere beskrivelse av kategoriene, se kodeboken i vedlegget.)

Tabell 8. Artikler fordelt etter stoffområde (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Skjønnlitteratur	25	17	32	35 %	33 %	38 %
Sakprosa	17	14	12	24 %	27 %	14 %
Triviallitteratur	-	-	2	-	-	2 %
Litteraturpolitikk	3	1	10	4 %	2 %	12 %
Litteraturarrangement/-markering	6	8	8	8 %	15 %	10 %
Litteratur i/tilknyttet andre medier/kunst	8	6	8	11 %	12 %	10 %
Litteratur generelt	7	4	12	10 %	8 %	14 %
Annet	6	2	-	8 %	4 %	-
Totalt antall artikler	72	52	84	100 %	100 %	100 %

Tabell 8 viser at stoff om og relatert til skjønnlitteratur holder seg på et stabilt høyt nivå og utgjør en stor og dominerende andel innen litteraturdekningen. Skjønnlitteratur blir altså gjennomgående prioritert. Fra 2003 til 2005 har dekningen av skjønnlitteratur også økt litt. Samtidig er det blitt færre artikler om sakprosa. Fra å være stoffområdet som dominerte «andreplassen» etter skjønnlitteraturen i 2003, er sakprosa nedprioritert i 2005. Feltet dekkes nå i nesten like stor grad som litteraturpolitikk og litteratur generelt, to områder som lå et godt stykke bak sakprosa i 2003 og 2004. Noe mindre dekning får litteraturarrangementer og litteraturmarkeringer, og litteratur i eller tilknyttet andre kunst- eller medietyper.

Stoffområdet som har økt kraftigst er litteraturpolitikk; andelen er tredoblet fra 2003 til 2005. At litteraturpolitisk stoff dukker opp hyppigere i Aftenpostens litteraturdekning våren 2005 enn i de tidligere årene, kan henge sammen med at den reviderte Bokbransjeavtalen trådte i kraft 1. mai 2005. Samtidig var også en ny åndsverklov til behandling i denne perioden.

Man kan også legge merke til at kategorien annet er redusert i løpet av årene til ingen forekomster i 2005. Det annet-artiklene har til felles er at de alle er relatert til litteratur, men at litteraturen ikke er hovedfokuset. En artikkel om forfatterforeningens opprop mot norsk

deltakelse i Irak-krigen, som sto på trykk 5. mars 2003 (side 11), er for eksempel kodet som annet, fordi denne ikke handler om forfatterne eller deres litterære virksomhet som sådan, men om deres politiske standpunkter. Dermed kan man lese reduseringen av kategorien som et tegn på strengere prioriteringer innen litteraturstoffet; at litteratur i 2005 kun blir dekket dersom det virkelig handler om litteratur.

Artikler om triviallitteratur er gjennomgående lavt prioritert; de opptrer ikke i avisutvalget fra henholdsvis 2003 og 2004, men forekommer i 2005, og da som nokså store oppslag. Man kan forklare dette som en tilfeldighet som følge av utvalget, eller det kan forstås som ledd i vektleggingen av fiksjon og litteratur med bred appell, som dekningen av skjønnlitteraturen tyder på.

Totalt sett virker det som om Aftenposten prioriterer mer likt mellom de ulike stoffområdene i 2005 enn i 2003 og 2004, når man ser bort fra at skjønnlitteraturen dominerer i alle årene og dekkes noe mer enn de andre temaene. Når man betrakter litteraturdekningen isolert fra annen kultur, bekrefter foreliggende undersøkelse dermed et inntrykk som er utbredt, nemlig at skjønnlitteratur favoriseres (Lund 2000:45).

Lund er hittil den eneste som har undersøkt hvordan det samlede kulturfeltet blir dekket av norsk (Lund 2000) og skandinavisk dagspresse (Lund 2005). Ett av Lunds hovedfunn handler om at kulturpolitikk prioriteres lavt, mens film, musikk og skjønnlitteratur generelt får mye spalteplass (Lund 2000:113, Lund 2005:37f). At musikk, film og skjønnlitteratur dominerer kulturdekningen, tolker Lund som et tegn på at kultursidene retter seg mot et bredest mulig publikum; musikk, film og skjønnlitteratur er tilgjengelige kunstarter med stor utbredelse og publikumspotensial (Lund 2000:40). Dette kan videre forstås som en markedsretting og kommersialisering av kulturjournalistikken. Funnene i denne studien – av en skjønnlitterær dominans – støtter dermed opp under Lunds analyse for litteraturens vedkommende.

Siden skjønnlitteratur dominerer og sakprosa er nedprioritert, er det fristende å forklare endringen som et resultat av at skjønnlitteratur i større grad kan personfokuseres, og at personfokus er ønskelig (mer om dette under delkapitlet «Mer fokus på person?»). I artikler om skjønnlitteratur kan man personfokuseres ved å vinkle på forfatteren som person og derigjennom se etter sammenhenger mellom skjønnlitteraturen – hva forfatteren skriver om – og hans liv. Slik kan artikler om skjønnlitteratur fremstå som mer spennende stoff enn artikler om den saks- eller faktabaserte sakprosaen.

Samtidig er skjønnlitteratur en «lettere» stofftype – «lettere» forstått som mer tilgjengelig – enn sakprosa, og ettersom dekningen av sakprosa tydelig er redusert fra 2003 til 2005, kan

man hevde en viss nedprioritering av «tyngre» stofftyper. Nedprioriteringen kan antyde en tabloidisering, i det minste en popularisering. Men samtidig har dekningen av litteraturpolitiske saker økt i omfang, og slår man sammen kategoriene sakprosa og litteraturpolitikk – ettersom begge kan betraktes som «tyngre» stoffkategorier – viser utviklingen ingen markante endringer. Her må det imidlertid legges til at analysen er basert på en sammenligning av *antall* artikler og *andeler* regnet ut fra artikkelantallet. Tallene sier altså ingenting om hvor stor plass – eller hvor mange sider – stoffet utgjør, noe som kan ha holdt seg konstant til tross for nedgangen i antall og andeler.

Oppsummert kan man altså si at stoff om skjønnlitteratur generelt blir høyt prioritert i Aftenpostens litteraturredning, mens artikler om «tyngre» stoff som sakprosa er nedprioritert. Utviklingen kan indikere en vektlegging av «lettere» stofftyper. Samtidig ser det ut til at fokuset på litteraturpolitisk stoff, som også kan karakteriseres som «tyngre» stoff, er blitt litt oppjustert etter den endelige formatomleggingen. Men her må man altså ta høyde for at utviklingstrekket kan skyldes en enkelthendelse som revideringen av Bokbransjeavtalen.

Mye omtale av romaner

Det finnes en rekke genrer innen litteraturen, men det er likevel ikke slik at alle blir dekket i like stor grad på avisenes kultursider. I sin komparative studie av Aftenposten og Dagbladet fant Lund at romaner får mye oppmerksomhet (Lund 2000:104). På lignende vis fant Simonsen at amerikansk film – «Hollywood-filmen» – blir vektlagt innen filmstoffet. Simonsen påpeker at ensidig fokus på én type film svekker grunnlaget for den kunnskapsbaserte filmformidlingen (Simonsen 2004:50). Det samme kan man antakelig si om litteraturformidlingen. Og hvis avisen vektlegger en populær litterær genre fremfor å dekke et bredere utvalg eller såkalt «smal» litteratur, kan dette antyde en tabloidisering.

I foreliggende kartlegging av Aftenpostens dekning av de ulike litterære genrene er artiklene kategorisert i 13 ulike typer. I tillegg er kategorien flere genrer tatt med, ettersom enkelte artikler omtaler forskjellige typer litteratur. Dessuten finnes det artikler som ikke nevner noen litterær genre, som for eksempel handler mer om bokbransjen og litteratur generelt. Dette er tilfellet i den nevnte artikkelen om at Libris og Interbok slår seg sammen (28. april 2005); her er litterær genre mindre relevant. For å dekke slike artikler er kategorien annet eller ubestemmelig inkludert. Samtidig er også hensikten med sistnevnte kategori å fange opp artikler som omtaler litterære genrer som ikke dekkes av de andre kategoriene. Utvalget innbefatter imidlertid ikke slike andre. (For mer om kategoriene, se kodeboken i vedlegget.)

Tabell 9. Artikler fordelt etter hvilke litterære genrer de omtaler (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Roman	15	12	26	21 %	23 %	31 %
Krim/spenning	2	2	4	3 %	4 %	5 %
Noveller/fortelling	-	1	1	-	2 %	1 %
Drama	2	2	-	3 %	4 %	-
Lyrikk	7	-	3	10 %	-	4 %
Essay/artikler	1	2	-	1 %	4 %	-
Biografi/dokumentar	6	5	6	8 %	10 %	7 %
Generell fag-/faktalitteratur	12	8	7	17 %	15 %	8 %
Oppslagsverk/praktverk	-	-	-	-	-	-
Tegneserie	-	-	-	-	-	-
Barne-/ungdomsbok	4	6	2	6 %	12 %	2 %
Triviallitteratur/«kioskroman»	-	-	2	-	-	2 %
Fantasy/science fiction	-	2	-	-	4 %	-
Flere genrer	7	3	6	10 %	6 %	7 %
Annet/ubestemmelig	16	9	27	22 %	17 %	32 %
Totalt antall artikler	72	52	84	100 %	100 %	100 %

Tabell 9 viser at to kategorier dominerer alle de tre undersøkte årene: Roman og annet/ubestemmelig. Ettersom sistnevnte kategori inneholder artikler hvor litterær genre ikke er relevant, og hensikten her er å finne ut hvilke litterære genrer som omtales, er kategorien mindre interessant i denne sammenhengen.

Omtalen av romaner har økt siden 2003, noe som samsvarer med Lunds funn om at romaner vies mye oppmerksomhet. Analysen har tidligere vist at skjønnlitteraturen dominerer stoffprioriteringen, en dominans som kanskje skyldes stoffområdets tilgjengelighet. Det samme kan sies om dekningen av romaner; innen skjønnlitteraturen har romangenren bred appell, noe som for eksempel bekreftes om man ser på bestselgerlistene for skjønnlitteratur.²⁰ På bakgrunn av vektleggingen av skjønnlitteratur og romaner er det dermed grunn til å påstå at Aftenposten fokuserer på populær og tilgjengelig litteratur i sitt litteraturstoff.

Tabell 9 viser også en overraskende lav prioritering av genren krim og spenning. Overraskende, fordi krim og spenning også er litteratur med stor publikumsappell. Man kunne dermed anta at genren skulle bli dekket i større grad, iallfall om den nevnte begrunnelsen for den prioriterte dekningen av skjønnlitteratur og romaner generelt skal ha gyldighet. At genren derimot ser ut til å være nedprioritert, antyder at Aftenposten ikke anser genren som spesielt interessant eller viktig. Dette kan henge sammen med avisens ønske om å fremstå som seriøs og en «kilde til analyse og kunnskap», slik avisen formulerte seg i den første fullstendige

²⁰ Den Norske Bokhandlerforening oppdaterer boklisten over de mestselgende bøkene hver uke. Se Bokhandlerforeningens nettside (<http://www.bokhandlerforeningen.no/Bestselgerlisten>).

tabloidutgaven (Leder, Aftenposten, 2. januar 2005). Siden krimgenren er regnet som en del av underholdningskulturen, oppfattes genren i mindre grad som en «høyverdig» litterær genre (selv om det selvsagt finnes kriminallitteratur både med samfunnskritisk brodd og av høy litterær kvalitet). Krim og spenning blir i stedet hovedsakelig knyttet til genrens underholdningsverdi, og ikke til en funksjon som kunnskapskilde. Den lave andelen kan imidlertid også skyldes at dekningen av krimgenren ofte er sesongbetont; avisen gir genren mer omtale i tilknytning til ferier (som ved påske, sommer og jul). En slik hypotese underbygges av funnet av hele 26 påskekrim-oppslag i avisen 26. mars 2004. Det kan imidlertid påpekes at andelen artikler om krim- og spenningsbøker har steget i løpet av perioden som er undersøkt, men tallene er gjennomgående svært lave.

Man deler gjerne skjønnlitteraturen inn i tre hovedgenrer: Epikk, dramatikk og lyrikk. De tre kategoriene roman, krim/spenning og noveller/fortellinger er epikk. Slår man de tre sammen, ser man enda tydeligere hvordan Aftenposten i økende grad retter dekningen mot «tilgjengelig» litteratur, noe epikk kan betraktes som: I 2003 er andelen 24 %, i 2004 29 % og i 2005 37 %. Dekningen av de «smalere» og mindre tilgjengelige litterære genrene drama og lyrikk er derimot redusert.

I tillegg til drama og lyrikk, anses barne- og ungdomslitteratur, essay, artikler og faglitteratur som litteratur med mindre publikumsappell. Som det fremgår av tabell 9, er andelen innen alle disse «smale» genrene redusert fra 2003 til 2005. Det er likevel nødvendig å legge til at utviklingen ikke er helt entydig for alle genrene. For eksempel er dekningen av barne- og ungdomslitteratur større i 2004 enn i de to andre årene. Antallet artikler er også svært lavt innen mange av disse gruppene, og det er dermed vanskelig å trekke noen klare slutninger om noen utvikling. Det er trolig mer fornuftig å snakke om en generell lav dekning av genrene alle årene.

Ett unntak skal likevel påpekes. Dersom man inkluderer kategoriene essay/artikler og biografi/dokumentar i gruppen generell fag-/faktalitteratur – noe som ikke er unaturlig – ser man en tydelig nedgang for fag- og faktalitteraturen generelt: Fra en dekning på 26 % i 2003 til 19 % i 2004 og 15 % i 2005. Som enkeltgrupper er også genrene fag-/faktalitteratur og lyrikk synlige i 2003 med en dekning på henholdsvis 17 % og 10 %. At andelen er mer enn halvert i 2005, antyder at disse litteraturtypene faktisk er blitt nedprioritert i løpet av de tre årene, også fordi lyrikk heller ikke blir omtalt i noen av eksemplarene i 2004-utvalget.

Det ser altså ut til at dekningen av romaner generelt er økende, og at det skjer på bekostning av den generelle fag- og faktalitteraturen. At romanen står sterkt, kan også forklares

ut fra den tidligere nevnte hypotesen om at skjønnlitteratur er mer spennende stoff – den kan knyttes til forfatteren som person – mens faglitteratur oppfattes som saksfokusert og «kjedelig». Samtidig består også litteraturdekningen av en høy andel artikler hvor litterær genre ikke nødvendigvis er vesentlig. «Smal» litteratur som lyrikk, drama og barne- og ungdomslitteratur er lite prioriterte områder, noe som for øvrig også gjelder underholdningsgenrene (krim og spenning, tegneserier, science fiction og triviallitteratur). Om man tør tale veldig generelt, kan man dermed påstå at litteraturdekningen etter formatomleggingen i 2005 enten handler om romaner eller så er litterær genre ikke relevant. I de to foregående årene var derimot også både faglitteratur og barne- og ungdomslitteratur synlige genrer i litteraturstoffet. Dermed viser funnene en tendens til at Aftenpostens litteraturdekning er blitt noe mer popularisert med årene, noe som kan oppfattes som et tegn på tabloidisering av litteraturstoffet, når man betrakter stoff- og temaprioriteringene isolert fra presentasjonsformen.

Presentasjonsform, retorikk og kritisk nivå

Kulturjournalistikken synliggjør og usynliggjør ulike sider av kulturlivet og kulturen. Mediene utgjør slik en maktfaktor idet de selv bestemmer hva de vil trekke frem. Hva mediene presenterer er imidlertid ikke det eneste interessante. Også *hvordan* mediene fremstiller sakene er relevant, fordi presentasjonen kan påvirke publikum. «Det viktigste er ikke hva den [kulturjournalistikken] handler om, men hvordan journalistene behandler de emner de tar opp» (Bech-Karlsen 1991:27). Poenget er at journalistikken må velge å ta fenomenet på alvor, journalistikken «må koble til».

I en frakoblende journalistikk kan fremstillingen ta form av enkel og overflatisk formidling, og man kan da spørre om mediene undervurderer publikum. Presentasjonsformen kan videre si noe om formidlingens funksjon og hensikt, og i denne forbindelse kan man stille opp underholdningsidealet mot dannelses- eller opplysningsidealet.

Når mediene satser på å nå ut til et bredt og sammensatt publikum, kan de ende opp med korte og lettfattelige presentasjoner. Slik sikrer mediene at alle, uansett utdanningsnivå eller bakgrunn, forstår hva sakene i mediene handler om. Men kortfattet og lettfattelig stoff kan også svekke muligheten for refleksjon og gi en tabloidisering i form av en overflatisk journalistikk.

I et forsøk på å finne ut hvordan Aftenposten formidler, har jeg undersøkt artiklenes argumentasjonsnivå, vinkling, kildebruk og henvendelsesform, og hvilke journalistiske genrer avisen benytter i dekningen av litteraturstoffet.

Mot en jevnere fordeling av genrene

Når man diskuterer kulturjournalistikk og spesielt dekningen av litteratur i dagspressen, vil mange først tenke på kritikkene. Men kritikker er kun én av flere journalistiske genrer man kan finne på avisenes kultursider. Dagspressens litteraturformidling skjer gjennom mange ulike teksttyper, for avisens genrer er naturligvis også kulturstoffets genrer (Jørgensen 1991:24).

Noen mener å ane en tendens til at lanseringsartiklene «tar over» for kritikkene, og når mange forbinder omtale- og lanseringsstoffet med en overflatisk og lettvtint journalistikk, frykter man en utvikling mot mer av dette stoffet. Man antar nemlig at en slik utvikling vil kunne medføre at pressens funksjon som bidragsyter til debatt og kritikk forsvinner. Slike antakelser er også bakgrunnen for at Cappelen undersøkte om musikkjournalistikken kan forstås som en markedsføringsarena. En av konklusjonene hans er at lanseringsartiklene og forhåndsomtalene i større grad enn kritikkene er preget av markedsføring, mens den kritiske musikkjournalistikken klarest kommer frem i kommentarspaltene (Cappelen 2004:107ff). Slik sett bekrefter Cappelen delvis noen av bekymringene, iallfall på musikkjournalistikkens felt. Men hvilke journalistiske genrer bruker Aftenposten i dekningen av litteraturstoffet? Stemmer det eksempelvis at lanseringsartiklene «spiser opp» kritikkene?

I kartleggingen av de journalistiske genrene er artiklene gruppert i åtte kategorier: Kritikk/anmeldelse, forhåndsomtale/lanseringsstoff, nyhetsartikkel/-reportasje, feature/bakgrunnsartikkel/portrett, kommentar/debatt/kronikk, notiser, førstesidehenvisninger og annet. Sistnevnt kategori er tatt med for å dekke eventuelle artikler som ikke kommer inn under de andre kategoriene. Her er for eksempel sitater plassert. (For en nærmere beskrivelse av kategoriene, se kodeboken i vedlegget.)

Tabell 10. Artikler fordelt etter journalistisk genre (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Kritikk/anmeldelse	15	10	15	21 %	19 %	18 %
Forhåndsomtale/lanseringsstoff	9	4	10	13 %	8 %	12 %
Nyhetsartikkel/-reportasje	4	6	9	6 %	12 %	11 %
Feature/bakgrunnsartikkel/portrett	-	1	2	-	2 %	2 %
Kommentar/debatt/kronikk	6	5	15	8 %	10 %	18 %
Notiser	25	13	15	35 %	25 %	18 %
Førstesidehenvisning	3	13	15	4 %	25 %	18 %
Annet	10	-	3	14 %	-	4 %
Totalt antall artikler	72	52	84	100 %	100 %	100 %

Som det fremgår av tabell 10 er den mest markerte endringen i Aftenpostens bruk av de ulike genrene en redusering av notisene. Utviklingen kan ses i sammenheng med nedgangen innen de minste artiklene; notisene er små avistekster uten avsnitt og ingresser, og dermed kan man trolig forvente at bruken av genren avtar når det blir færre små artikler.

Notisene dominerte i 2003 (35 %), men kritikkene utgjorde også en stor andel (21 %). Det var imidlertid et stort sprik mellom genrene i 2003. «Spriker» ser ut til å ha blitt tettet mer igjen i løpet av årene; bruken av genrene er blitt jevnere, eller mer variert, selv om noen genrer fremdeles er lite brukt. I 2005 er det ingen genre som dominerer slik notisen gjorde to år tidligere. I stedet er det fire ulike genrer som brukes mest, og like mye: Kritikk, kommentar, notis og henvisning, som alle utgjør 18 % hver.

Blant disse «fire på topp»-genrene har førstesidehenvisningene og kommentarene økt. Økningen i førstesidehenvisningene i 2004 og 2005 skyldes trolig endringer i Aftenpostens redigeringsmal. I alle årene som er undersøkt består Aftenposten av flere legg. I 2003 er det kun førstesiden i det første legget som inneholder henvisninger. I 2004 og 2005 rommer imidlertid førstesiden på alle leggene en forside med henvisninger. Det er altså blitt flere muligheter til å henvise med årene. Dermed er det også rimelig at det blir flere henvisninger.

Førstesidehenvisninger er noe avisen bruker for å fremheve stoff den ønsker skal bli spesielt lagt merke til. Økningen i bruken av førstesidehenvisningene kan dermed forstås som et tegn på at litteratur er et viktig område for Aftenposten. Men samtidig må man altså ta hensyn til at det finnes flere muligheter for å henvise med endringen i redigeringsmalen, noe som «naturlig» kan ha økt andelen.

Men også andre genrer enn førstesidehenvisningen kan leses i retning av en prioritering av litteraturstoffet. At det blir færre notiser, kan tolkes som et signal på at Aftenposten ønsker å bruke mer plass når den omtaler litteratur, også på bakgrunn av tendensen til færre små og flere store artikler. Dette antyder at avisen satser på litteratur, eller i det minste, når litteraturstoff behandles, så prioriterer avisen plass til stoffet.

En slik tanke om en prioritering av litteraturstoff styrkes også av økningen innen debatt- og kommentarstoffet, samt av forekomstene av feature- og bakgrunnsartikler i 2004 og 2005. Dette er genrer som gjerne bruker litt mer plass eller går noe mer i dybden av stoffet som omtales. I tillegg har også nyhetskategorien økt, og veksten innen nyhetsartiklene og kommentarene kan tolkes som at Aftenposten ønsker å ta litteraturen mer «på alvor» etter formatendringene.

Oppsummert synes Aftenposten i 2005 å variere litt mer mellom de ulike journalistiske genrene i litteraturformidlingen enn i årene før. Feature- og bakgrunnsartikler er imidlertid gjennomgående lite benyttet, noe som kan skyldes at avisen oftere plasserer featureartiklene i helgebilagene «Lørdag» og «Søndag» enn i selve kulturdelen. På grunn av dette prosjektets begrensninger er imidlertid kun selve kulturseksjonen i Aftenposten studert, og det eventuelle

litteraturstoffet som dukker opp på andre sider og i andre deler av avisen er dermed ikke inkludert i analysen.

Siden nyhets- og kommentarstoffet har økt, samtidig som kritikkene gjennomgående utgjør en nokså høy andel av litteraturstoffet, kan man hevde at Aftenposten forsøker å imøtekomme sin samfunnsrolle i litteraturdekningen; Aftenposten informerer, bidrar til debatt og kritikk. Tabell 10 viser også at lanseringsstoffet verken dominerer eller har økt, noe som samsvarer med hva Larsen finner i sin undersøkelse av lanseringsstoffet i Dagbladet. Larsen mener at «kulturjournalistikken ikke er særlig mer lanseringsorientert i 2001 enn den var i 1960» (Larsen 2001:20). Funnene går dermed til dels mot Bech-Karlsens påstander om forhåndsomtalenes dominans (Bech-Karlsen 1991:26f).

Men, selv om jeg finner at *andelen* (basert på *antallet*) lanseringsartikler ikke har økt, så sier ikke dette noe om artiklenes eller genrens synlighet og plassbruk. Hvis artiklene blir større samtidig som antallet reduseres, kan det likevel hende at man benytter like mye plass totalt sett på artiklene, at genren eller stoffet er like synlig. Om man vil si noe mer «endelig» om utviklingen, bør man derfor også studere artiklenes størrelse, genre for genre, i tilknytning til antallet.

Mer plass til lansering, mindre til kritikker?

Både kritikker og lanserings- og omtalestoff handler på litteraturfeltets område om å gjøre nye bøker, snart forestående litteraturmarkeringer og lignende litterære begivenheter kjent for leseren. På sett og vis kan man derfor oppfatte genrene som «reklame», selv om redaksjonelle, journalistiske tekster selvsagt ikke skal være reklame (jf. «Tekstreklameplakaten»²¹).

Lanseringsartikler er også den genren som oftest blir knyttet til forbrukerjournalistikk og påstander om kommersialisering, underholdningsdreining og tabloidisering i journalistikken, mens kritikkene tradisjonelt er blitt betraktet som seriøst vurderende artikler. Når mange har et inntrykk av at forhåndsomtalene gjerne går på bekostning av kritikk og refleksjon (for eksempel Bech-Karlsen 1991), kan det være grunn til å undersøke i hvilken grad slike antakelser stemmer.

²¹ «Tekstreklameplakaten» er et vedlegg til Vær Varsom-plakaten (pressens etiske normer). Hovedbudskapet i «Tekstreklameplakaten» handler om at man må skille klart mellom redaksjonelt stoff og reklame/sponsing for å bevare mediets troverdighet.

Tabell 11. Artikkelstørrelsen på omtale- og lanseringsstoffet (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Svært stor	-	-	3	-	-	30 %
Stor	-	1	4	-	25 %	40 %
Mellomstor	3	1	3	33 %	25 %	30 %
Liten	6	2	-	67 %	50 %	-
Totalt antall artikler²²	9	4	10	100 %	100 %	100 %

Det mest interessante i utviklingen av lanseringsstoffet er at prosentandelen ikke viser noen vekst (tabell 10), mens fordelingen i bruken av de ulike artikkelstørrelsene derimot antyder at plassen brukt på lanseringsstoffet trolig har økt (tabell 11). Det kan se ut til at det har foregått en slags forskyvning mot færre mindre artikler og flere større artikler (som i den overordnede utviklingen i størrelsen på artiklene). I 2004 var det færre lanseringsartikler enn i 2003, men ettersom det ikke fantes noen store artikler i 2003, men én i 2004, er det ikke sikkert at nedgangen er så stor målt i areal som i antall. I henhold til tabell 11 blir det både flere, og flere større, lanseringsartikler i 2005. Det er altså grunn til å tro at Aftenposten bruker litt mer plass på denne typen artikler i 2005 enn i de tidligere årene.

Tabell 12. Artikkelstørrelsen på kritikkene (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Svært stor	-	3	-	-	30 %	-
Stor	-	-	1	-	-	7 %
Mellomstor	6	4	5	40 %	40 %	33 %
Liten	9	3	9	60 %	30 %	60 %
Totalt antall artikler²³	15	10	15	100 %	100 %	100 %

For kritikkens vedkommende kan man ane en liten nedgang i andelen i løpet av årene, selv om kritikkene likevel utgjør rundt en femtedel av alle artiklene i alle årene som er undersøkt her (tabell 10). 2004 er det eneste av årene som i foreliggende undersøkelse er representert med svært store kritikker, men ut fra tallene i 2003 og 2005, ser det ut til at liten eller mellomstor artikkel er det vanligste. Dette samsvarer også med hva Lund fant i sin undersøkelse av kulturstoffet i norsk dagspresse (Lund 2000:31). Siden 2004 inneholder tre svært store kritikker og andelen mellomstore artikler ligger omtrent som i de to andre årene, kan man muligens hevde at det blir brukt litt mer plass på kritikkene i 2004 enn i de andre årene. (2004 vil dermed igjen representere et «avvik».) Det er samtidig interessant å legge merke til at det også var i 2004 at andelen for lanseringsstoffet lå noe lavere enn i de andre årene

²² Antallet artikler utgjør et svakt prosentueringsgrunnlag.

²³ Antallet artikler utgjør et svakt prosentueringsgrunnlag.

(tabell 10). Dermed avkreftes et eventuelt inntrykk av at lanseringsstoffet «overkjører» kritikkene av 2004-tallene.

Betrakter man andelen kritikker og andelen lanseringsartikler i forhold til hverandre, viser tallene at kritikkene utgjør en større andel av alle artiklene i alle årene som er undersøkt (tabell 10). Endringene fra år til år viser ingen radikale utviklingstendenser, selv om man altså kan ane en liten nedgang blant kritikkene, en reduksjon som også gjelder for lanseringsartiklene når man ser perioden under ett, altså fra 2003 til 2005. Tabell 12 antyder at det verken blir brukt særlig mye mer eller mye mindre plass på kritikkene nå enn tidligere. Det blir derimot antakelig viet mer plass til lanseringsstoffet (tabell 11), selv om dette stoffet altså heller ikke viser noen økning andelsmessig sett. Siden lanseringsstoffet trolig har fått noe mer plass, og andelen kritikker er gått mer ned enn andelen for omtale- og lanseringsstoffet (når man betrakter perioden under ett, tabell 10), kan man hevde at mengden kritikker og lanseringsstoff antakelig ligger nærmere hverandre i 2005 enn i 2003. Lanseringsartiklene «overkjører» imidlertid fremdeles ikke kritikkene.

Et hevet argumentasjons- og kvalitetsnivå

Ved å dele artiklene inn etter det som nedenfor er kalt argumentasjons- og kvalitetsnivå, kan man si noe om kvalitative egenskaper i artiklenes innhold også gjennom den kvantitative analysen. Inndelingen er basert på kategorier Lund bruker i sine studier (Lund 2000, Lund 2005). Lund undersøker imidlertid kun lanseringsstoffet og kritikkene. I foreliggende undersøkelse er argumentasjons- og kvalitetsnivået kodet uavhengig av journalistisk genre, bortsett fra i sitater (som er kodet som annet på variabelen journalistisk genre) og henvisninger. At argumentasjons- og kvalitetsnivået ikke blir vurdert i sitater og henvisninger, skyldes at disse teksttypene som regel er så korte og «ufullstendige» at momentet oppleves som lite relevant å undersøke i disse tekstene.

Lund opererer med tre ulike kvalitetsnivåer i vurderingen av lanseringsstoffet, og med fire ulike argumentasjonsnivåer i analysen av kritikkene (Lund 2000, Lund 2005). Kategoriene i foreliggende undersøkelse kan forstås som en kombinasjon av Lunds kategoriseringer.

Analytiske, nyanserte eller utdypende artikler er undersøkende, analyserende, vurderende, utdypende og/eller informative. De kontekstualiserer og/eller problematiserer det omtalte temaet, og artiklene fremstår som interessante og selvstendige tekster med egenverdi. Et eksempel på en slik artikkel er anmeldelsen fra 2005 som blir gjennomgått i det påfølgende kapitlet. *Noe vurderende eller informerende, men overflatiske* artikler har en enkel fremstilling og er ikke

spesielt problematiserende. Artiklene mangler en del informasjon og/eller en undersøkende innstilling. Referering kan være fremtredende i slike tekster. En artikkel som illustrerer dette nivået, er lanseringsartikkelen fra 2005 som blir studert nærmere i neste kapittel.

Forbrukerveiledende artikler gir en overflatisk fremstilling der handlingsreferatet, gjenfortellingen eller beskrivelsen dominerer.²⁴ Stilen er refererende og artiklene kan mangle eller fremsette intetsigende vurderinger eller påstander. Teksten kan også inneholde uvesentlig informasjon. En slik tekst er 2004-anmeldelsen som analyseres i det kommende kapitlet. *Overdrevet ris eller ros* er overveiende negativt ladete artikler, eller artikler som gjennomgående skryter uhemmet av noe(n) (panegyrisk fremstilling). Slike fremstillinger er preget mer av påstander enn begrunnelser; artiklene mangler premisser for sine påstander. Et eksempel på en panegyrisk artikkel er anmeldelsen «Ypperlig om arr og ære» (6. februar 2003, side 20), som åpner som følger:

Denne romanen har det meste av alt som er viktig med litteratur, og det er en underlig følelse: Å sitte her og krible etter 139 suggererende sider i en roman fra et ørlite forlag, en roman med overpyntet omslag, skrevet av en iransk nordmann. Sitte her og ha lyst til å hyle ut les!, les! og siden gi denne villveksten en av besteplassene i bokhyllen.

Etter denne åpningen følger et lengre handlingsreferat, og man får aldri vite noe om hva «som er viktig med litteratur», bortsett fra at boken er ypperlig, og at den altså må leses. Anmeldelsen består gjennomgående av skryt. (For mer om kategoriene, se også kodeboken i vedlegget.)

Å undersøke argumentasjons- og kvalitetsnivået i artiklene innebærer en viss grad av tolkning, noe som strider med den kvantitative innholdsanalysens krav til objektivitet og intersubjektivitet. Jeg har imidlertid diskutert kategoriseringen med andre på bakgrunn av praktiske eksempler, og funnene viser i det minste at artiklene kan inndeles i ulike argumentasjons- eller kvalitetsnivåer. Hensikten med å undersøke argumentasjonen og kvaliteten i artiklene er å finne ut noe om artiklenes motivasjon: Er de ment å veilede en forbruker eller å informere og gi en leser kunnskap? Kodingen er gjort på grunnlag av helhetsinntrykket i artiklene.

²⁴ Det er fortrinnsvis innen genrene kritikk og forhåndsomtale eller lanseringsartikkel at man finner artikler hvor handlingsreferatet dominerer.

Tabell 13. Argumentasjons- og kvalitetsnivå (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Analytisk, nyansert eller utdypende	3	2	4	5 %	5 %	6 %
Noe vurdering/informasjon, men overflatisk	18	17	40	30 %	45 %	60 %
Forbrukerveiledning	38	19	22	63 %	50 %	33 %
Overdrevet ris eller ros	1	-	1	2 %	-	1 %
Totalt	60	38	67	100 %	100 %	100 %

Tabell 13 viser at det er blitt klart flere «noe vurderende eller informerende» artikler, mens andelen «forbrukerveiledende» artikler er betraktelig redusert. Nivåene kan se ut til å ha «byttet plass» fra 2003 til 2005. Samtidig viser oversikten at «analytiske, nyanserte eller utdypende» artikler og «overdrevet ris eller ros» er sjeldne. Det er heller ingen spesielle endringer i hvor hyppig disse to «ytternivåene» opptrer i artiklene. I foreliggende studie finnes forekomstene av «ytternivåene» kun i kritikkene og kommentarene, altså innen meningsgenrene.

I 2003 og 2004 følger argumentasjons- og kvalitetsnivået grovt sett artikkelstørrelsen, slik at de største artiklene oftere inneholder et høyere nivå («analytisk, nyansert eller utdypende» eller «noe vurdering/informasjon») enn de minste artiklene, som hyppigere er «forbrukerveiledende». I 2005 finner jeg imidlertid ikke noen slik sammenheng mellom artikkelstørrelse og argumentasjonsnivå, noe heller ikke Lund gjorde i sin undersøkelse (Lund 2000:66). I 2005 er for eksempel tre av fire svært store artikler «forbrukerveiledende».

En mulig årsak til at det er blitt flere artikler med en «noe vurderende eller informerende, men overflatisk» presentasjon, kan henge sammen med at Aftenpostens journalister i forbindelse med formatomleggingen gjennomgikk et kurs hvor de ble orientert om hvordan de skulle forholde seg til det nye formatet; for eksempel ble de oppfordret til å uttrykke seg mer poengtert og konsist. Dette poenget gjenspeiler seg også i en uttalelse fra Kveldstad, daværende redaksjonssjef i Aftenposten: «Nå [i tabloidformatet] er de [journalistene] nødt til å vinkle sakene mer, og i større grad tenke gjennom at saken skal være tydelig for leseren. I broadsheetformatet er det lett å slurve med dette» (Kveldstad ifølge Åserud 2004:21).

Som omtalt i kapittel 3 knyttes det negative assosiasjoner til tabloidformatet, fordi formatet er blitt og blir assosiert med tabloidjournalistikk. På bakgrunn av uttalelsene på lederplass i Aftenposten i den første fullstendige tabloidutgaven, kan man også få inntrykk av at avisen var redd for å bli oppfattet slik, som tabloid (i negativ forstand) ved omleggingen til nytt format. Avisen understreket at Aftenposten «fortsatt [skal] være en kilde til analyse og kunnskap» og at det ikke er noen «sammenheng mellom format og kvalitet», noe det «[f]or oss i Aftenposten er ... viktig å slå ... utvetydig fast» (Leder, Aftenposten, 2. januar 2005). «Frykten» for å bli oppfattet som tabloid, kan dermed også være en årsak til at argumentasjons- og

kvalitetsnivået er hevet; journalistene er blitt mer bevisst sin formidling – at formidlingen ikke skal fremstå som tabloid og overflatisk, men heller informerende og seriøs. Dessuten kan veksten i artikkelstørrelsen (jf. tabell 4) også være en medvirkende faktor, fordi refleksjon krever et minimum av plass (Bech-Karlsen 1991:185). Siden det er blitt færre notiser, og studien samtidig også viser at «forbrukerveiledning» forekommer hyppigst i notisene, kan også dette ha påvirket nivåhevingen.

På grunnlag av foreliggende materiale er det altså med hensyn til argumentasjons- og kvalitetsnivået i artiklene foreløpig ingen grunn til å hevde at artiklene er blitt mer tabloidiserte eller forbrukerorienterte. Heller tvert imot. Det nye formatet har gitt en mer forklarende, informerende og vurderende formidling, selv om det fremdeles er sjelden å finne analytiske og nyanserte artikler, noe heller ikke Simonsen finner når det gjelder filmformidlingen (Simonsen 2004:72ff).

Nivåhevingen antyder dessuten at Aftenposten heller mer mot opplysningsidealet enn underholdningsidealet, og fraværet av det «høyeste» nivået kan indikere at Aftenposten betrakter sin målgruppe som «folk flest»; alle skal ha nytte og glede av Aftenposten. En «noe vurderende og informerende» artikkel tilfredsstiller et slikt krav.

Mer fokus på person?

Når journalisten skal presentere en sak, må hun finne frem til det hun mener er viktigst ved saken. Alt kan aldri få plass i en artikkel. Prosessen innebærer ulike valg og vurderinger, noe som dermed utelukker at artiklene noensinne kan bli hundre prosent objektive fremstillinger. Gjennom valget av vinkling kan journalisten legge føringer på hvordan leseren skal forstå budskapet i teksten. Dette er også bakgrunnen for at man kan relatere begrepet «vinkling» til handlingen å fortolke, slik blant annet Nerman gjør (Nerman 1973:24).

Å vinkle en sak betyr altså å finne frem til (ideelt sett) de viktigste poengene og den beste måten å presentere saken på. Vinkling er også relatert til journalistiske virkemidler som layout og illustrasjonsbruk, og vinklingen kan si noe om i hvilken grad en artikkel er tabloidisert. En vanlig påstand i tabloidiseringsdiskusjonene er at presentasjonsformen i artiklene er blitt mer personfokuset (for mer om personfokusering, se for eksempel Macdonald 2000). Å gjøre personen til det interessante i stedet for saken, blir da fremhevet som et argument for at journalistikken er blitt eller blir mer tabloidisert. Da Aas og Klausen undersøkte Dagbladets formatendring, fant de en klar økning av det personfokusede stoffet (Klausen 1986:270ff, Aas 1987:86ff).

I foreliggende undersøkelse er artiklene gruppert etter fire ulike vinklinger. Artikler som hovedsakelig fokuserer på saken (eller litteraturen), artikler som er personfokuserte, artikler som vinkler på både person og sak (eller litteratur), og artikler som vinkler på noe annet. Vinkling er ikke kodet i sitater og rettelser. (For mer om de ulike kategoriene, se kodeboken i vedlegget.)

Tabell 14. Vinkling i artiklene (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Sak	38	24	34	60 %	47 %	41 %
Person	6	5	10	10 %	10 %	12 %
Sak og person	17	22	31	27 %	43 %	38 %
Annet	2	-	7	3 %	-	9 %
Totalt	63	51	82	100 %	100 %	100 %

I henhold til tabell 14 kan det se ut til at andelen artikler som utelukkende vinkler på sak (eller litteratur) er minkende. Samtidig øker andelen som fokuserer på person litt, men en slik vinkling utgjør likevel fremdeles ingen dominerende andel av artiklene. De saksfokuserte artiklene er i flertall alle årene, men man kan ane en tendens til at artiklene i like stor grad som å vinkle på sak, vinkler på både sak og person. I 2003 var det omtrent dobbelt så mange saksfokuserte artikler som artikler med fokus på både sak og person. I 2004 og 2005 har antallet og andelen utjevnet seg i de to gruppene.

Utviklingen innen kategorien «fokus på både sak og person» er imidlertid ikke entydig. Andelen artikler med en slik vinkling økte fra 2003 til 2004, men kategorien ble redusert fra 2004 til 2005. Dette kan ha sammenheng med at det ble brukt mer illustrasjoner i 2004 enn i 2005, og at bildene i litteraturdekningen helst fremstiller personer, for illustrasjonsbruken virker inn på vinklingen. Andelen artikler med vinkling på person og sak i 2004 og 2005 ligger likevel en god del over nivået i 2003, og det er derfor grunn til å hevde en økning i bruken av en slik vinkling. På bakgrunn av denne tendensen, samt at det er blitt noe flere artikler med personfokus og samtidig færre artikler som hovedsakelig vinkler på sak (eller litteratur), kan man påstå at presentasjonen er blitt mer personfokuseret. Også Simonsen finner et sterkt innslag av personorientering i sin undersøkelse av filmstoffet i fire aviser – særlig i intervjuene – noe han mener svekker filmformidlingen (Simonsen 2004:83).

Man kan forklare økningen i andelen artikler som vinkler på både sak og person med et ønske om å presentere en såkalt case til hver sak. Ved bruk av en case «gir man ansikt» til saken, noe som kan lette formidlingen. At dette er noe avisene i større grad tilstreber, tilsier også egne erfaringer som journalist i en lokalavis som endret formatet. Også bekjente som er tilknyttet andre aviser som har lagt om til tabloidformatet, forteller om økt bevissthet mot å bruke case i flest mulig saker.

En innvending mot kategoriseringen i foreliggende studie, er at jeg ikke har undersøkt i hvilken grad man vinkler på konflikter og/eller negative momenter, slik for eksempel Velure (1991) gjør i sin undersøkelse av reportasjegenren i Stavanger Aftenblad. Slike vinklinger øker interessen for stoffet (Aas 1987:92), og man antar derfor at løssalgsavisene i større grad vil benytte slike virkemidler. Dette fant imidlertid ikke Aas, som så på konfliktfokuset i nyhets- og reportasjestoffet i et forsøk på å kartlegge Dagbladets «overvåkningsfunksjon». Stoff *uten* konfliktfokus dominerte. Dette hadde også økt mer enn konfliktbasert stoff etter overgangen til tabloidformatet (Aas 1987:92).

Énkildejournalistikken dominerer

Henvisning til og bruk av kilder blir gjerne knyttet til kvaliteten og grundigheten i journalistikken. Det er utbredt enighet om at artikler som belyser saken gjennom flere kilder og der kildene blir brukt kritisk, hever nivået og kvaliteten på journalistikken. Fremstillingen oppfattes da gjerne som både mer troverdig og objektiv enn eksempelvis artikler uten oppgitte kilder (jf. Vær Varsom-plakaten, pkt. 3). Tabloidisering kan derimot svekke kildebruken og -kritikken.

Allern er en av dem som har rettet søkelyset på nettopp kildebruk (se for eksempel *Kildens makt* (1992), *Når kildene byr opp til dans* (1997)), og i sin undersøkelse av ti norske aviser finner han at stoff med ingen eller én kilde er vanligst i kultur- og underholdningsstoffet (Allern 2001:184). Også Lunds undersøkelse viser at kulturartikkelen sjelden har flere kilder. Lund stiller derfor spørsmålet om nyhetsjournalistikken innen kulturfeltet har lavt ambisjonsnivå (Lund 2005:44ff).

Det er likevel ikke slik at bruken av flere kilder nødvendigvis gir bedre journalistikk enn bruken av én kilde. Hvis både journalisten og kilden besitter bred kunnskap om emnet som omtales, og begge inntar en kritisk innfallsvinkel der de viser interesse for å formidle et mest mulig reelt og dekkende bilde av saken, kan énkildejournalistikken fungere både vel så bra og bedre enn flerkildejournalistikken, om denne for eksempel ukritisk refererer hva de ulike kildene sier.

I foreliggende undersøkelse er det ikke kodet kilder i meningsgenrene (kommentarer og kritikker), fordi disse genrene gir uttrykk for subjektive syn. Av den grunn kan man ikke stille de samme kravene om objektivitet og nøytralitet til disse genrene. I meningsgenrene behøver skribenten heller ikke vise frem de ulike sidene i saken i samme grad som hun for eksempel ideelt sett bør gjøre i nyhetsstoffet.

For at undersøkelsen av kildebruken skal bli mest mulig oversiktlig og ikke altfor komplisert, har jeg delt artiklene inn i kun tre kategorier: Artikler uten henvisninger (*ingen*), artikler med *én* og artikler med *to eller flere* kildehenvisninger (tabell 15). (For mer om kategoriene, se kodeboken i vedlegget.)

Tabell 15. Kildebruk (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Ingen	18	4	14	43 %	11 %	27 %
En kilde	16	19	28	38 %	53 %	54 %
Flere kilder	8	13	10	19 %	36 %	19 %
Totalt	42	36	52	100 %	100 %	100 %

Materialet viser at det er en høyere andel artikler uten kilder i 2003 enn i de påfølgende to årene; andelen artikler med én kildehenvisning har økt med formatendringene, og 2004 skiller seg ut gjennom en høyere andel artikler med flere kildereferanser enn i de andre årene. Artikler med én kilde dominerer i både 2004 og 2005, mens bruken av flere kilder er like stor i 2005 som i 2003.

I henhold til tabell 15 kan det altså se ut til at den typiske litteraturartikkelen i 2003 ikke oppga noen kilder, eventuelt én kilde, mens énkildejournalistikken dominerer i 2004 og 2005. Det er altså blitt færre artikler uten kildehenvisninger i de to siste årene, etter formatomleggingene. Man kan dermed konkludere med at Aftenposten oftere oppgir kilder utover i den undersøkte perioden. Samtidig skal det igjen bemerkes at en tendens til økning i kildehenvisninger ikke nødvendigvis sier noe om kvaliteten på journalistikken. Da må man i tillegg undersøke hvordan kildene brukes, noe jeg av hensyn til denne oppgavens begrensninger ikke har kunnet gjennomføre.

Forfatteren uttaler seg

Hvem er så denne ene kilden som vanligvis får komme til orde? Tabell 16 gir en oversikt over de mest fremtredende kildene i artikler med kildehenvisning. I tillegg er det tatt med en egen kategori for «usikkert», som gjelder artikler med flere kilder, hvor det er vanskelig å bestemme hvilken av kildene som er mest fremtredende. (For mer om kategoriene, se kodeboken i vedlegget.)

Tabell 16. Hovedkilder (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Forfatter	3	6	13	13 %	19 %	34 %
Kultur-/fagperson	3	7	6	13 %	22 %	16 %
Journalist/medier	8	3	4	33 %	9 %	11 %
Politiker eller lignende	1	-	-	4 %	-	-
NTB/nyhetsbyrå	5	7	4	21 %	22 %	11 %
Skriftlig materiale	2	-	-	8 %	-	-
Usikkert	2	9	5	8 %	28 %	13 %
Øvrig/annet	-	-	6	-	-	16 %
Totalt	24	32	38	100 %	100 %	100 %

I 2003 utgjorde journalister og medier den viktigste kilden i flest saker. At journalister eller medier er kilde, betyr at avisen refererer til hva andre medier eller journalister har uttalt eller skrevet. Om man slår sammen kategoriene journalist/medier og NTB/nyhetsbyrå, blir andelen enda mer markert: Disse er hovedkilde i 54 % av artiklene. I 2004 er det i 28 % av artiklene vanskelig å avgjøre hvem som er hovedkilde. Dette henger sammen med at 2004 hadde en større andel artikler med flere kildehenvisninger enn de andre årene. Men slår man de to «medie»-kategoriene sammen, utgjør medier, journalister og nyhetsbyrå den største gruppen også i 2004.

I 2005 fremtrer derimot forfatteren hyppigst som hovedkilde. Dette er interessant sett i lys av hypotesen om hvorfor skjønnlitteratur og romaner dominerer, samtidig som også vinklingen er blitt mer personfokusert. Ettersom forfatteren får uttale seg mest i 2005, blir hypotesen delvis bekreftet: Forfatterens uttalelser er spennende stoff.

Samtidig er kategorien øvrig/annet blitt en synlig gruppe i 2005, noe den ikke var i de to første årene. Innen de seks artiklene med øvrig eller andre hovedkilder finner man kun én henvisning til «den vanlige mannen i gata». De andre er blant annet en næringslivssjef, en komponist og faren til en forfatter, altså mer «offentlige» personer eller personer som innehar en posisjon.

Som Lund påpeker i sin undersøkelse av kulturstoffet i norske aviser, er det påfallende sjelden at mediene benytter politikere, representanter for departementer og lignende som kilder i kulturstoffet (Lund 2000:78). Dette bildet stemmer godt med funnene i foreliggende studie. Slike kilder opptrer så å si ikke i litteratur- og bokbransjestoffet som er undersøkt, kun i én nyhetsartikkel i 2003. Man kunne ha forventet at politikere og lignende skulle fremtre oftere i 2005 ettersom dekningsgraden av litteraturpolitikk er gått opp i løpet av perioden. Så er altså ikke tilfelle. Dette skyldes trolig at en stor del av artiklene om litteraturpolitikk er kommentarer. I disse sakene er kilder som nevnt ikke kodet. Undersøker man kommentarene, ser man at det i

hovedsak er kultur-/fagpersoner og forfattere som ytrer seg i artiklene knyttet til temaet litteraturpolitikk.

Oppsummert kan man derfor mene at det i Aftenpostens litteraturredning har foregått en dreining fra å henvise til hva andre medier og journalister har skrevet eller sagt, til i større grad å vektlegge forfatterens uttalelser.

En balansert og forventet henvendelse?

Titler, ingress, bilder og fremhevede sitater er noen av elementene avisen benytter for å trekke leseren til artikkelen. Elementene utgjør artikkelens henvendelsesform. Henvendelsesformen kan fortelle noe om *hvem* journalisten skriver til, for eksempel leseren som konsument eller som samfunnsborger. I forbruker- og servicejournalistikken blir leseren gjerne ansett som konsument, noe som kan indikeres gjennom en personlig henvendelsesform («du-journalistikk»)²⁵. En utvikling mot en mer forbruker- og serviceorientert journalistikk kan også tolkes som et tabloidiseringstrekk, noe for øvrig også en mer muntlig, folkelig eller dramatisert henvendelsesform kan antyde.

I et forsøk på å kartlegge henvendelsesformen er artiklene delt inn i fem ulike kategorier: *Personlig/inkluderende* gjelder artikler hvor bruken av de personlige pronomenene *du*, *jeg* og *vi* er fremtredende, slik at man får inntrykk av en personlig henvendelse. Artikkelen «Ibsen-brev søkes» (12. februar 2004) har en slik henvendelsesform, idet ingressen tydelig taler til leseren: «Har du et visittkort der Henrik Ibsen har skrevet en kort beskjed? Kontakt i så fall forskerne som samler hvert eneste ord Ibsen noensinne skrev mellom bokpermer». *Elitær/forutsetter kunnskap* brukes når henvendelsen inneholder en del fagord/-uttrykk, fremmedord eller at det forutsettes forkunnskaper for å forstå hva det dreier seg om. Artikkelen «Realistisk utopist» (10. februar 2005) med undertittelen «Lanserer manifest for ny verdensorden» kan stå som eksempel på en slik henvendelse. *Nøytral/objektiv* er artikler med en refererende stil hvor man får inntrykk av at det kun er fakta som formidles. Notisen «Damm inn i Lydbokforlaget» (25. februar 2003) er et eksempel på en nøytral henvendelse. *Overtalende/subjektiv* rommer gjerne adjektiver eller uttrykk som viser ett bestemt syn på saken. Artikler med en slik henvendelsesform kan oppfattes som «ladet» i en bestemt retning, eller tilspisset. Tittelen i en førstesidehenvisning

²⁵ Det må imidlertid påpekes at en personlig henvendelsesform ikke er ensbetydende med service- eller forbrukerjournalistikk.

fremstår slik: «Utgiftsbombe mot blader, forlag og aviser» (6. februar 2003). Tittelen henviser til en sak om at bøker og blader *kan* miste momsfrisket. Saken er altså ikke vedtatt og henvendelsen oppfattes derfor som noe overdramatisert og spisset. *Muntlig/dialogisk* benyttes når henvendelsen gjør bruk av sitering eller muntlige ord/tale som gir en lettere stil eller følelse av at dette er en uttalelse. Siteringen kan fremstå som for eksempel nøytral og objektiv, men om siteringen eller muntligheten dominerer, er artikkelen uansett kodet som muntlig/dialogisk. For eksempel leses tittelen «Ja, vi elsker bibliotekenel» (19. februar 2005) som et utrop, og denne er derfor kodet som muntlig. Henvendelsesform er ikke kodet i sitater og rettelser. (For mer om kategoriene, se også kodeboken i vedlegget.)

Tabell 17. Henvendelsesform (antall og andeler)

	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Personlig/inkluderende	-	1	1	-	2 %	1 %
Elitær/forutsetter kunnskap	-	-	1	-	-	1 %
Nøytral/objektiv	27	26	39	43 %	50 %	48 %
Overtalende/subjektiv	35	23	38	55 %	44 %	46 %
Muntlig/dialogisk	1	2	3	2 %	4 %	4 %
Totalt	63	52	82	100 %	100 %	100 %

Studien viser at artiklene i alle de undersøkte årene stort sett enten er objektive eller nøytrale, eller subjektive eller overtalende i henvendelsen. I 2003 er det noe flere artikler med en overtalende eller subjektiv enn en nøytral eller objektiv henvendelsesform. Skal man antyde noen tendenser, kan man ane en utvikling mot litt flere artikler med en nøytral eller objektiv henvendelse, samtidig som det blir litt færre artikler med en overtalende eller subjektiv ansats. Dermed er det en jevnere fordeling mellom disse to dominerende formene i 2005 enn i 2003. Alle henvendelsesformene i kategoriseringen er dessuten representert i 2005, nesten alle i 2004 og noen færre i 2003. Tallene i kategoriene for de mindre brukte henvendelsesformene er likevel så lave at det vanskelig lar seg gjøre å konkludere med at det brukes en mer variert henvendelse i 2005 enn i 2003.

Oppsummering

Analysen har vist at det er blitt litt flere artikler om litteratur og bokbransje og at artikkelstørrelsen også er gått litt opp etter den endelige formatomleggingen i 2005. Samtidig har Aftenpostens bruk av illustrasjoner i artiklene holdt seg noenlunde stabil gjennom perioden, men studien antyder en økning i *plassen* brukt på illustrasjon(er) sammenlignet med teksten – illustrasjonene øker i omfang. Dessuten indikerer funnene i undersøkelsen at bruken av illustrasjoner delvis følger artikkelstørrelsen; de større artiklene er gjennomgående illustrert, de

mellomstore og små er oftest illustrert, mens de svært små i mindre grad er illustrert. Det er imidlertid vanligst å illustrere artiklene.

2004 fremstår som et slags «unntaksår», fordi dette året inneholder en del færre artikler enn de to andre årene. Samtidig finner man hyppigere illustrerte artikler i 2004, og illustrasjonene får også mer plass, noe som kan antyde at perioden hvor Aftenposten kombinerte et legg i fullformat og et legg i tabloidformat representerer en mer tabloidisert periode med hensyn til visualiseringen av litteraturstoffet.

I hovedsak blir sidene i tabloidformatet utformet i tråd med «tabloid-estetikken»: Ett hovedoppslag og noen kortere rundt, eller én hovedsak og én mellomstor artikkel som fyller ut siden. En slik utforming har gitt færre saker per side – og mer oversiktlige og ryddigere sider – etter omleggingen til tabloidformatet. Når antallet saker samtidig har økt, og det også er blitt flere større artikler, kan man anta at det også er blitt flere sider etter formatendringen.

Skjønnlitteratur er stoffområdet Aftenposten prioriterer høyest alle årene, og romangenren er den av de ulike litterære genrene avisen skriver om oftest. Omtalen av romangenren har også økt, og dekningen av faglitteratur og sakprosa har samtidig avtatt, mens den «smale» litteraturen prioriteres generelt lavt alle årene. Ettersom romangenren og skjønnlitteratur generelt har en bredere publikumsappell enn faglitteratur og sakprosa, kan man hevde at Aftenposten fokuserer på populært og «lettere» stoff i sin litteraturformidling, noe som kan knyttes til en tabloidiseringstendens.

Det synes ellers som at Aftenposten varierer mer i bruken av de ulike journalistiske genrene etter formatomleggingene. Utviklingen angir en tydelig økning i henvisningene, og Aftenposten prioriterer også kommentarstoffet i større grad etter formatendringene enn tidligere. Veksten blant kommentarene, men også nyhetene, samt en generell høy andel kritikker, signaliserer at Aftenposten ønsker å bidra til debatt og informere leserne, noe som er i tråd med pressens samfunnsrolle og folkeopplysningsidealet. Veksten innen nyhetene, kommentarene og førstesidehenvisningene, samt nedgangen i notisstoffet, tyder også på at Aftenposten prioriterer litteraturstoffet. Men samtidig kan man ane en tendens til at lanseringsartiklene får bre seg noe mer ut, mens det blir litt mindre anmeldelser. En slik utvikling kan knyttes til en forbrukerorientering og tabloidisering i journalistikken.

På grunnlag av foreliggende materiale er det imidlertid med hensyn til argumentasjons- og kvalitetsnivået i artiklene foreløpig ingen grunn til å hevde at artiklene er blitt mer tabloidiserte eller forbrukerorienterte med formatendringene. Tabloidformatet har gitt en mer forklarende, informerende og vurderende formidling, selv om det fremdeles er sjelden å finne

analytiske og nyanserte artikler. Det kan antyde at Aftenposten henvender seg til «folk flest», ettersom en analytisk og nyansert tekst krever mer av leseren enn en noe vurderende og informerende artikkel.

Vinkling utelukkende på sak er redusert i omfang, men personfokuseringen er likevel ikke dominerende. I stedet er vinkling på person og sak blitt vanligere. Ettersom økende fokus på person regnes som et tegn på tabloidisering, er dette et trekk ved utviklingen i Aftenposten. Det må likevel påpekes at fokus på sak fremdeles er den vanligste vinklingen.

Etter formatendringen refererer Aftenposten kilder hyppigere. Det er spesielt andelen artikler med én kildehenvisning som har økt; énkildejournalistikken er dominerende etter formatomleggingen. Igjen skiller imidlertid 2004 seg litt ut ved at dette året inneholder en høyere andel artikler med flere kildereferanser enn de andre årene. Analysen viser også at det har foregått en dreining fra å referere andre medier og journalister til i større grad å vektlegge forfatterens uttalelser i litteraturdekningen, noe som er interessant i lys av den økende vektleggingen av skjønnlitteratur og romaner, samt en tendens til mer fokus på person.

Artiklene i de undersøkte årene har stort sett enten en objektiv eller subjektiv henvendelsesform, og man kan ane en utvikling mot litt flere artikler med en nøytral eller objektiv henvendelse, samtidig som det blir noe færre artikler med en overtalende eller subjektiv ansats. Dermed er det en jevnere fordeling mellom disse to dominerende formene i 2005 enn i 2003. Utviklingen viser imidlertid ingen tegn til noen markante endringer, og det er derfor ikke grunn til å hevde en utvikling mot verken en mer forbrukerorientert eller en mer elitistisk henvendelse; det er sjelden å finne personlige, muntlige og elitære henvendelsesformer.

5. Kvalitativ undersøkelse av litteraturstoffet

Mange forbinder kvalitet i journalistikken med reflekterende og kritiske artikler. Refleksjon forutsetter imidlertid plass; «kortformatet gir ikke rom for inngående diskusjoner» (Linneberg [1992]1994:102). Utviklingen mot korte artikler har derfor ekskludert refleksjonen og det sammenhengende resonnementet, hevder Bech-Karlsen (1991:185). Dette er også bakgrunnen for at enkelte mener at kvaliteten forringes når størrelsen på avisformatet reduseres, ettersom man antar det blir mindre plass i artiklene.

De foreløpige (kvantitative) analysene har imidlertid vist at det er blitt verken færre eller kortere artikler i Aftenpostens dekning av litteratur og bokbransje etter formatendringen. Men hvordan er den journalistiske kvaliteten, og har kvaliteten endret seg med formatendringene?

Som forklart i kapittel 2 vil jeg i dette kapitlet undersøke kvaliteten i én anmeldelse og én lanseringsartikkel fra hvert utvalgsår, totalt seks artikler. Bakgrunnen for valget av disse to genrene beror på at begge teksttypene kan knyttes til produktlansering, hvor litteratur også kan betraktes som vare (i tillegg til kulturuttrykk). Ettersom mange gjerne forbinder forfallet i kulturjournalistikken med kommersialisering og markedsretting, er det mest interessant å undersøke genrene der muligheten for «markedsretting» er størst.

Jeg har forsøkt å velge de mest representative artiklene innen sin genre hvert år. Den mest representative artikkelen har jeg funnet ved å ta utgangspunkt i funnene i den kvantitative innholdsanalysen; den artikkelen som inneholder flest mulig av de hyppigst forekommende verdiene på hver variabel som er undersøkt i innholdsanalysen, anser jeg som representativ. I 2003 er det for eksempel flest kritikker med liten artikkelstørrelse og én illustrasjon, der teksten tildeles mer plass enn illustrasjonen. Det er også flest kritikker i 2003 som anmelder en roman, altså skjønnlitteratur, og argumentasjonsnivået er oftest noe vurderende. En dominerende andel av kritikkene fra 2003 vinkler på saken og henvender seg til leseren gjennom en overtalende eller subjektiv form. En artikkel som inneholder alle disse trekkene, regnes dermed som representativ. Enkelte år har det imidlertid vært noe vanskelig å finne én artikkel med alle trekkene. I slike tilfeller har jeg altså forsøkt å velge den som inneholder flest mulig av de egenskapene som opptrer hyppigst.

Kvalitetskriterier i anmeldelsene

Før man skal undersøke kvaliteten i et utvalg anmeldelser, kan det være på sin plass å beskrive hva en anmeldelse er eller bør være. Anmeldelse og kritikk er to termer som iblant brukes som

synonymer,²⁶ mens andre skiller mellom begrepene. Bjerck Hagen påpeker imidlertid at både anmeldelsen og kritikken innebærer «kunsten å vurdere, skjelne, dømme» (Bjerck Hagen 2004:15). Nilsson definerer genren som en «dom, vurdering, kritisk handsaming eller subjektiv omtale av til dømes teaterframsyning, konsert eller bok» (Nilsson 2003:42), og Svedjedal skriver at «[i]dealbilden av litteraturkritikern är den fristående debattören, den estetiskt fint kalibrerade värderingsmannen eller värderingskvinnan» (Svedjedal 1998:52).

Det er altså bred enighet om at anmeldelsen skal inneholde en vurdering, og en litteraturanmeldelse vil dermed nødvendigvis innebære en undersøkelse av litteraturens kvalitet: «Er bok X god eller dårlig eller middelmådig? Det er det som er spørsmålet» (Bjerck Hagen 2004:14). Også Jørgensen fremholder at anmelderens viktigste oppgave er å felle en dom, og begrunne den (Jørgensen 1991:94).

For å kunne vurdere og felle en dom, må man ha kunnskaper om emnet man skal bedømme, og helst noen retningslinjer – eller kriterier – å vurdere ut fra. En bokanmelder bør derfor *kunne* litteratur. Ideelt sett bør anmelderen ha «kvalitetssans og dømmekraft, men også beherske alt som tradisjonelt faller inn under litteraturvitenskapen: litteraturhistoriske kunnskaper, teoretisk refleksjon og trening i litterær analyse» (Bjerck Hagen 2004:21f).

Det finnes imidlertid ingen mal for hvordan en anmeldelse skal skrives. Det er likevel mulig å peke på noen momenter man ideelt sett ønsker at anmeldelsene skal romme. Andreassen og Opstad nevner følgende fire (i sine ulike omtaler av litteraturkritikken):

- en innholdsbeskrivelse
- en stilmessig plassering
- en begrunnet vurdering
- en tekstprøve (Andreassen [1992]2000:416, Opstad 1991:35ff)

Innholdsbeskrivelsen bør si noe om handlingen i boken og bokens tema eller mulige tolkninger av innholdet. En stilmessig plassering innebærer at anmelderen forsøker å beskrive hvilken type bok det er snakk om – stil og genre – og sette boken i en kontekst; hvordan skriver forfatteren om emnet, finnes det andre som har skrevet noe lignende, hvordan står boken i forhold til forfatterskapet og i forhold til genren? Kontekstualiseringen kan gjøre beskrivelsen av bokens genre og stil tydeligere. En vurdering av litteraturen er den mest essensielle ingrediensen i en anmeldelse; vurderingen definerer genren. Men man kan vurdere på ulike

²⁶ Begrepene benyttes som synonymer i foreliggende oppgave.

måter. Ideelt sett skal man *begrunne* vurderingen. Dette er ett av de viktigste momentene i en anmeldelse. Hvordan anmelderen vurderer og begrunner vurderingen, vil derfor være avgjørende for kvaliteten på anmeldelsen. Begrunnelsen bør inneholde argumenter for hvorfor boken er god, dårlig eller middelmådig, vellykket eller mindre vellykket. Eksempler og/eller tekstprøver er elementer som kan brukes i argumentasjonen, for å begrunne vurderingen. For eksempel kan en tekstprøve illustrere anmelderens vurdering av forfatterens skrivestil. En tekstprøve er dessuten vesentlig fordi denne kan brukes til å vise frem litteraturen og slik si noe om hvilken type litteratur det handler om. Tekstprøven kan også gi leseren en følelse av litteraturen, noe Jørgensen også påpeker er viktig: «Den gode skønlitterære anmelder giver avisens læser mulighed for at *læse med*. Læseren skal have en fornemmelse af, hvordan værket er, uafhængigt af anmelderens vurdering» (Jørgensen 1991:109). Gjennom vurderingen bør anmelderen også vise – i det minste antyde – hvilke kvalitetskriterier hun baserer sin bedømmelse på.

Et generelt kriterium som gjelder for alle tekster, uansett genre, er dessuten at artiklene må oppfylle de generelle journalistiske kvalitetskravene, som at artiklene er velskrevet og interessevekkende. Språket må være korrekt, koherent og klart slik at anmelderens vurdering og budskap blir tydelig og forståelig for leseren. En artikkel som inneholder uklare formuleringer og mange trykk- og skrivefeil, vil kunne hindre kommunikasjonen, noe som også vil trekke ned artikkelens kvalitet. Kvaliteten på anmeldelsene vil dessuten være avhengig av hvordan de ulike elementene – innholdsbeskrivelse, stilmessig plassering, vurdering og tekstprøve – brukes. Fungerer de sammen? Det er altså ikke slik at et høyt kvalitetsnivå nødvendigvis er ensbetydende med en anmeldelse som inneholder de fire momentene som Opstad og Andreassen nevner. Hvert element må ha en funksjon i kritikken.

Kvaliteten svekkes om anmelderen ikke begrunner vurderingen og for eksempel i stedet kun gjengir plotet i boken. Mangel på en begrunnet vurdering vil kunne gi en usaklig fremstilling, noe som er et tegn på lav kvalitet. Tabloidisering vil kunne forringe kvaliteten på anmeldelsene, for eksempel om tabloidiseringen medfører en reduksjon av artiklenes omfang og en overflatisk formidling der bruken av visuelle elementer som terningkast eller andre former for verdiskalaer overtar plassen til den begrunnede vurderingen. I slike tilfeller kan kritikkens «bifunksjon» tre tydeligere frem idet man kan få inntrykk av at anmelderen først og fremst skriver for å hjelpe forlagene og forfatterne med å selge bøkene. Dette vil imidlertid alltid være en del av kritikerens funksjon: «Oavsett kritikerns värdering fungerar han eller hon altså i hög grad som reklamman eller reklamvinna i bokvärlden» (Svedjedal 1998:53).

«Markedsfunksjonen» er altså uunngåelig. Av den grunn bør anmelderen etterstrebe idealet, fordi det kan styrke den journalistiske kvaliteten og bidra til en mer troverdig formidling der journalisten fremstår som en uavhengig og selvstendig litteraturformidler (i motsetning til markedsføreren). Da vil journalisten også opptre i tråd med Vær Varsom-plakatens punkt 2.2: «Den enkelte redaksjon og den enkelte medarbeider må verne om sin integritet og troverdighet for å kunne opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innhold». Ved boklanseringer kan det tenkes at forlaget av økonomiske årsaker forsøker å øve innflytelse på journalisten for å få best mulig presseomtale. Men hensikten med en anmeldelse er ikke bare å oppfordre eller advare leseren til å kjøpe og lese boken. Leserens skal få et innblikk i hva som foregår i den litterære verdenen og samtidig få en følelse av å ha tilegnet seg kunnskap om litteratur. Anmeldelsen må derfor betraktes som et bidrag til den litterære debatten, i tillegg til funksjonen som forbrukerveiledning.

Med ønske om å formidle (en anmeldelse fra 2003)

Anmeldelsen som er valgt ut fra 2003, altså fra perioden før avisen endret formatet, bærer tittelen «Sterk skildring» og sto på trykk tirsdag 25. februar, på side 13. Her anmelder Knut Ødegård svenske Elsie Johanssons roman *Glassfuglene*. Artikkelen er illustrert med et lite bilde av bokens omslag. I tillegg finnes det en slags faktaramme med korte fakta om boken (tittel, forfatter, forlag, oversetter), samt en setning som oppsummerer anmeldelsens hovedbuskap. I tillegg til tittelen, fungerer bildet og faktarammen visuelt som henvendelselementer; de trekker leseren til teksten og signaliserer at artikkelen er en anmeldelse.

Innholdsbeskrivelse

Anmelderen beskriver innholdet i boken litt etter litt gjennom hele anmeldelsen. Han forteller nokså lite om den konkrete handlingsgangen; kun to hendelser fra boken blir direkte nevnt. I stedet domineres innholdsbeskrivelsen av en fremstilling av bokens motiver og tema. Anmelderen inkluderer beskrivelsen i helheten, som ledd i presentasjonen av bokens andre elementer og som del av den overordnede vurderingen. For eksempel presenterer anmelderen bokens tema samtidig som han forklarer temaets funksjon i boken, og ett av bokens hovedmotiver formidles indirekte idet anmelderen plasserer boken i en litterær kontekst – andre har omtalt emnet før:

Joda, vi har lest om svenske statere før, og om fattigfolks liv på 30-tallet på begge sider av Kjølen. Ivar Lo-Johansson er vel den som mest inntrengende har skildret det landarbeiderproletariat som også er rammen om Elsie Johanssons romankunst.

Stilmessig plassering

Anmelderen bruker også den stilmessige plasseringen av boken som en del av vurderingen. For eksempel fremstår den nevnte litterære plasseringen, hvor anmelderen indirekte bemerker at andre har behandlet emnet før Elsie Johansson, som en begrunnelse for at boken er mindre original. Anmelderen uttrykker imidlertid ikke sammenhengen mellom vurdering og argument direkte; resonnementet går frem av helheten. Anmelderen bruker dessuten beskrivelsen av fortellerperspektivet som et argument i sin dom:

Romanen får sin autensitet [sic] og – ja: bevegende kraft – ved at det [sic] hele den tragiske historien er sett med Nancys blikk, og sanset med hennes øye for detaljer, hennes øre for lyd, og nese for lukter og dufter.

Gjennom beskrivelsen av hvilken type bok *Glassfuglene* er, plasserer anmelderen også boken delvis i forfatterskapet (ved å påpeke at boken tilhører en trilogi), samt at han presenterer innholdet i boken gjennom typebeskrivelsen:

«Glassfuglene» – som er første bind i en trilogi – er både en oppvekstroman om barnet på vei til å bli kvinne, og en sosialrealistisk skildring av det gamle fattig-Sveriges landarbeidere.

Begrunnet vurdering

Anmelderen uttaler aldri eksplisitt om han synes boken er god, middelmådig eller dårlig, vellykket eller mindre vellykket; at han liker boken formidler anmelderen underliggende – indirekte – blant annet gjennom bruken av positivt ladete adjektiver, som for eksempel «sterk» i tittelen. Tittelen på anmeldelsen – «Sterk skildring» – kan for øvrig leses som en slags konklusjon på anmelderens vurdering. Det er bokens fortellerstil anmelderen legger vekt på i sin kritikk; det er forfatterens skildring som gjør boken god, og det er denne «dommen» anmelderen forsøker å begrunne gjennom teksten.

Anmelderen bruker sin egen leseropplevelse i begrunnelsen; boken virket «bevegende» på anmelderen. Her begrunner anmelderen sin vurdering ut fra det Bjerck Hagen omtaler som ett av de viktigste symptomene på kvalitet, nemlig *fysisk reaksjon*. «Når vi leser ... reagerer [vi] med begeistring, likegyldighet eller avsky. ... Vi opplever litterær kvalitet som en bestemt følelse» (Bjerck Hagen 2004:26).

Videre argumenterer anmelderen for at skildringen er «sterk» eller «bevegende» på bakgrunn av *metoden* – perspektivet – forfatteren bruker i boken, samt grunnet stilen (et billedrikt språk). I denne forbindelse antyder anmelderen også at han baserer seg på et kvalitetskriterium som sier at god litteratur er autentisk, noe man kan relatere til det Bjerck Hagen omtaler som to urkriterier på kvalitet, nemlig oppriktighet og virkelighet (Bjerck Hagen 2004:44ff):

Elsie Johanssons metode som gjør det mulig å fortelle denne historien enda en gang, er som nevnt perspektivet og autentisiteten, men [sic] først og fremst en kresen økonomisering med en usedvanlig billedskapende evne.

Anmelderen begrunner dessuten sin vurdering gjennom en tekstprøve, som skal illustrere fortellerstilen, «som gjør det mulig å fortelle denne historien enda en gang». Her henviser anmelderen til en vurdering av boken tidlig i anmeldelsen ut fra kriteriet originalitet.

Anmelderen mener nemlig at boken «ikke er så bemerkelsesverdig original», noe han begrunner gjennom den kontekstuelle plasseringen – andre har skrevet om emnet før. Anmelderen vurderer altså innholdet i boken – emnet som behandles – i tillegg til skildringen, og anmelderen viser i sin bedømmelse at han setter kvalitetssymptomet *fysiske reaksjon* samt kriteriene *virkelighet/ oppriktighet* over kvalitetskriteriet *originalitet* i sin endelige «dom».

Det finnes imidlertid også enkelte vurderende påstander som ikke begrunnes. For eksempel karakteriserer anmelderen boken som «romankunst», uten å utdype hva han mener med begrepet, og han skriver at temaet – «[r]edselen for det skammelige, å skjemme seg ut» – «fremstår samtidig som en undertrykkende og en oppreisende kraft», noe det også er vanskelig å skjønne betydningen av.

Formidling

Anmelderen formidler gjennom et språk som blander stilnivåer. I begynnelsen av anmeldelsen er stilen litterær, blant annet fordi anmelderen bruker en svært lang setning med en del apposisjoner, hvor man må lese mellom linjene for å oppfatte budskapet (fortellingen er autentisk). Dette gir en tung formidling:

Det er dette forunderlige som skjer en sjelden gang, at en forfatter makter å fortelle en historie som ikke er så bemerkelsesverdig original, men der det er innlysende klart at dette ikke er uttenkt og tillært, men et stykke liv slik vi gjenkjenner våre egne liv i det, med sine grunnopplevelser og yttererfaringer av fødsel og død, kjærlighet og hat.

Anmelderen skaper en muntlig stil gjennom bruken av ord som «Joda», «vel» og «Kjølen». Ettersom det muntlige følger direkte etter et litterært avsnitt, oppstår et stilbrudd. Hvilken effekt et slikt stilbrudd skal ha i formidlingen, er imidlertid uklart.

Anmelderen formulerer seg flere steder upresist. Til tider inneholder setningene også direkte feil, noe som svekker kvaliteten på formidlingen. Man kan dessuten stille spørsmål ved tegnsettingen noen steder, som for eksempel i utdraget der anmelderen begrunner sin vurdering ut fra fortellerperspektivet (se første sitat side 78). Stryker man det som står mellom tankestrekene, blir setningen grammatisk inkonsistent. Setningen fremtrer dermed som uklar, noe også trykkfeilene i setningen bidrar til. Artikkelen mellomtitler skaper dessuten et brudd i

leserytmen fordi setningen etter hver mellomtittel er nært relatert til siste setning før mellomtittelen.

Gjennom sin formidling antyder anmelderen også at han henvender seg til den litteraturinteresserte leseren med et visst nivå av forkunnskaper. Han benytter blant annet en litterær allusjon til Ibsens *Et dukkehjem* idet han skriver «om at noe vidunderlig skal skje», og Ivar Lo-Johansson blir omtalt uten noen videre presentasjon. Anmelderen skriver også om «statare» uten å forklare hva begrepet betyr. Slike elementer kan virke «lukkende» (eller «frakoblende») på lesere som ikke har kunnskapene som skal til for å få fullt utbytte av opplysningene.

Anmelderen forsøker å beskrive og eksemplifisere fortellerstilen gjennom en tekstprøve, men forklaringen på hva tekstprøven skal illustrere er uklar; den sideordende konjunksjonen «men» benyttes på en ulogisk måte, samt at det oppstår et koherensproblem da det påpekende pronomenet «denne» benyttes uten at det går tydelig frem hva «denne» henviser til:

Elsie Johanssons metode som gjør det mulig å fortelle denne historien enda en gang, er som nevnt perspektivet og autentisiteten, men [sic] først og fremst en kresen økonomisering med en usedvanlig billedskapende evne. Denne billedmessige overskridelsen av den sosiale og realistiske fortellerstilen, finner vi for eksempel mot slutten av romanen, da Nancy sørger over sin søster Dora som døde på tragisk måte: «Det fantes et hjerte et sted i nærheten av meg, og jeg ble omsluttet av et åndedrett, det løftet meg og senket meg, løftet og senket ... Jeg lå i en mage, dampende og varm, og Dora lå sammenkrøpet tett inntil. Hun var lyserød og myk og levde, men øynene var lukket. Og jeg strøk og slikket som på en liten kalv.»

«Denne billedmessige overskridelsen» skal trolig peke tilbake på «en kresen økonomisering med en usedvanlig billedskapende evne» i den forutgående setningen, men det er ikke gitt at en slik evne nødvendigvis innebærer en overskridelse. Dermed blir formidlingen tung og tilsløret.

Foreløpig oppsummering

Anmelderen leverer en innholdsbeskrivelse som berører både tema, motiv og noe direkte handling. Anmelderen beskriver også hva slags bok *Glassfuglene* er – genre og stil – og han ser boken i lys av annen litteratur. Dessuten viser anmelderen indirekte at han bedømmer boken ut fra kvalitetskriterier/-symptomer (originalitet, autentisitet og fysisk reaksjon), og han begrunner vurderingen blant annet gjennom en tekstprøve av litteraturen. Anmeldelsen ligner dermed idealet, men den språklige utformingen er til tider upresis og uklar, noe som svekker formidlingen. Det gjør også forekomstene av delvis ubegrunnede påstander.

Totalt sett fremstår artikkelen likevel som helhetlig, ettersom innholdsbeskrivelse, stilmessig plassering, vurdering og begrunnelse knyttes sammen i formidlingen. Inntrykket er også at anmelderen forsøker og ønsker å formidle litteraturen videre; han vil gjerne at andre skal få oppleve den sterke følelsen han fikk gjennom sin lesning av *Glassfuglene*. Men det kan

også virke som anmelderen retter seg mot den litteraturinteresserte leseren med et visst nivå av forkunnskaper. Dermed åpner ikke den journalistiske formidlingen opp for (eller «kobler til») «nye» litteraturlesere.

Artikkelen er seriøs i tonen, og setningene til tider svært lange. Anmeldelsen kan derfor ikke karakteriseres som en kort, overflatisk og forbrukerveiledende tabloid tekst. Kvaliteten er likevel noe varierende, grunnet feilene og utydelighetene i formidlingen.

Refererende «formidling» (en anmeldelse fra 2004)

Terje Stemland har skrevet anmeldelsen «Krim uten dramatikk» som er hentet fra 2004, i perioden hvor Aftenposten kombinerte et legg i fullformat og ett i tabloidformat. Anmeldelsen finnes på side 12 i tabloidlegget onsdag 18. februar. Stemland anmelder Ian Rankins kriminalroman *Fossen*. Som i anmeldelsen fra 2003 er også Stemlands kritikk illustrert med et lite bilde av bokomslaget, samt en faktaramme med korte opplysninger om bokens tittel, og navn på forfatter, forlag og oversetter, samt en setning som oppsummerer brødteksten.

Innholdsbeskrivelse

Innholdsbeskrivelsen består i hovedsak av et sammenhengende handlingsresymé, hvor anmelderen refererer plotet i boken. Handlingsreferatet utgjør omtrent halve anmeldelsen, og anmelderen lar dette stå som en selvstendig del uten innblanding av andre elementer. Resymeet starter slik:

En 20-årig studine, Flip, forsvinner en kveld sporløst fra sin bopel i Edinburghs bedre strøk. Hun skulle møte noen venner på bar, men dukker aldri opp. Kjæresten, David, vet heller ikke hvor hun er blitt av. Samme kvelden hadde de røket i tottene på hverandre, langt fra første gang, og David hadde forlatt henne i sinne.

Kritikeren åpner imidlertid selve anmeldelsen med en beskrivelse av bokens hovedperson, og denne beskrivelsen inkluderes i presentasjonen av bok og forfatterskap:

«Fossen» er den femte romanen oversatt til norsk med den livsslitte, overvektige og drikkfeldige førstebetjent John Rebus i hovedrollen. Totalt har Ian Rankin skrevet 15 bøker om fenomenet siden debuten i 1987.

To konkrete hendelser fra boken blir dessuten kort gjengitt i ett senere avsnitt. Anmeldelsen mangler imidlertid en beskrivelse av bokens tema eller mulige tolkninger av innholdet.

Stilmessig plassering

Den stilmessige plasseringen av boken begrenser seg til en omtale av bokens genre og omfang, samt hvor boken står i forfatterskapet. Anmelderen skriver lite som gjør det mulig for leseren å danne seg et bilde av bokens stil, for eksempel med hensyn til hvordan forfatteren forteller

historien. Når kontekst (andre bøker i forfatterskapet) og genre nevnes, knyttes dette imidlertid til innholdsbeskrivelsen eller vurderingen av boken.

Anmelderen starter kritikken med å plassere boken i forfatterskapet og i norsk sammenheng ut fra nummeret boken utgjør i rekken av flere bøker. I et vurderende avsnitt trekker anmelderen så en parallell til én av forfatterens tidligere bøker – begge bøkene mangler dramatikk – og i samme avsnitt opplyser anmelderen også hvilket omfang Rankins bøker bruker å ha. Det er samtidig her de to øvrige hendelsene i den aktuelle boken blir presentert:

Han [forfatteren] gjør samme feil som i «Når mørket faller» (2003) og skriver en bok som praktisk talt er blottet for dramatikk før på sluttsidene. Rankin skriver alltid drygt 400 sider, og det mest dramatiske som skjer innen man har nådd side 409, er at Rebus på side 21 ramler på alle fire – stupfull. Alltid blir han suspendert på side 347, men det er såre udramatisk, nærmest rutine.

Bokens genre blir indirekte definert i anmeldelsens siste avsnitt idet anmelderen bruker betegnelsen «spenningsroman» i tilknytning til en vurdering som også formidles noe indirekte. At boken er en spenningsroman går for øvrig også implisitt frem av artikkelens tittel, som også rommer en vurdering: «Krim uten dramatikk».

Begrunnet vurdering

Anmelderen uttrykker eksplisitt at han ikke synes boken er særlig vellykket:

Altså hans beste bok hittil? Ingenlunde. Etter mitt skjønn er den en av hans svakeste.

Det siterte, noe retoriske spørsmålet, refererer til forlagets vurdering av boken. Anmelderen markerer i begynnelsen av anmeldelsen at han vil ta utgangspunkt i og undersøke forlagets påstand. Samtidig forsøker han å trekke leseren inn i teksten ved hjelp av pronomenet «oss»:

Pr. vaskeseddel har forlaget ansett seg befoyet til å påstå at «årets bok er hans [forfatterens] beste hittil» La oss se litt på det.

Anmelderen følger imidlertid ikke opp denne annonserte «undersøkelsen» i særlig grad, blant annet fordi han starter «utforskningen» med det lange handlingsreferatet. Referatet avsluttes med en betraktning av handlingen: «Jakten på løsningene blir aldri annet enn masete». Men hva betyr det at en jakt er «masete»? Det er ikke mulig å finne svaret i handlingsresymet, som trolig er ment å illustrere «maset». Dermed blir vurderingen vanskelig å forstå.

I det påfølgende avsnittet fortsetter anmelderen sin vurdering gjennom ubegrunnede påstander. Vurderingene fremstår slik, fordi anmelderen ikke forklarer hva han legger i beskrivelser som «god», «flott», etc. – altså adjektiver uten en entydig referanse – noe som gir en uklar fremstilling:

Ian Rankin er en god skribent. Beskrivelsene av Edinburghs gater (og puber) er flott ført i pennen, persontegningene er troverdige og han har et skarpt øye like overfor det pompøse og det oppblåste. Karrierejegeerne innen politikorpset blir nådeløst avkledd.

Det er for eksempel ingen ordentlig begrunnelse å hevde at forfatteren skriver godt fordi han har en flott penneføring, for hva innebærer en slik flott penn? Anmelderen kunne løst begrunnelsesproblemet ved å trekke frem tekstprøver som eksemplifiserte hva han konkret mente med eksempelvis den flotte pennen, men tekstprøver er også mangelvare i anmeldelsen.

Påstandene antyder imidlertid noen kvalitetskriterier anmelderen ser etter: Godt språk og en troverdig formidling. *Språklig kvalitet* er også noe Bjerck Hagen regner som et kvalitetssymptom (Bjerck Hagen 2004:30), mens *troverdighet* kan relateres til de to urkriteriene på kvalitet, nemlig oppriktighet og virkelighet (Bjerck Hagen 2004:44ff).

De vurderende påstandene blir imidlertid ikke brukt i hoveddommen – at boken er svak – og de blir dermed hengende litt i løse luften. Svakheten ved boken begrunnes i mangelen på dramatikk, og anmelderen konkluderer med at boken er «uspennende lesning, og John Rebus er på vei ut i parodien». Hvordan eller hvorfor fremstillingen nærmer seg parodien fordi den ikke er spennende, blir ikke forklart nærmere.

Vurderingen av at boken mangler dramatikk relateres til den tidligere boken, som også «praktisk talt er blottet for dramatikk før på sluttsidene», og de to nevnte konkrete hendelsene som anmelderen gjengir, brukes for å illustrere fraværet av dramatikk: Hendelsene er de «mest dramatiske», men likevel *ikke* dramatiske. Her viser anmelderen at han baserer seg på et kvalitetskriterium om at en god eller vellykket spenningsroman skal være dramatisk og spennende, og at dette kriteriet er viktigere enn kriterier som en god og troverdig formidling.

Formidling

Anmelderen har i hovedsak benyttet et enkelt og direkte språk, men innimellom dukker det opp ord og uttrykk som er mindre vanlige i dagens avisspråk. Disse bidrar til en delvis fremmedgjørende formidling. Noen eksempler: «ansett seg beføyet til å påstå», «et skarpt øye like overfor det pompøse og det oppblåste», «ingenlunde», «en så vidt dyktig skrivemann». Det er fullt mulig å oppnå en forståelse av teksten, men formuleringene bidrar til at en del lesere trolig stopper opp og stusser underveis.

Språket er stort sett korrekt og koherent, men spesielt i én setning er flyten mindre vellykket:

Det mest interessante ved «Fossen» er imidlertid fortellingene fra det historiske Edinburgh, ikke minst forbrytelser og henrettelser; her er Rankin i sitt ess i den grad at det formelig svimler for leseren.

Her lurar man på hva det er som gjør fortellingene om det historiske Edinburgh interessante: Er det henrettelsene og forbrytelsene? Det er også utydelig hva anmelderen forsøker å uttrykke etter semikolonet.

Som nevnt forsøker anmelderen å vekke leserens interesse ved hjelp av pronomenet «oss». Anmelderen vil ha leseren med i undersøkelsen av forlagets påstand. Problemet er at anmelderen verken viser noen «undersøkende» holdning i den resterende teksten eller tegn til å holde leseren fast. I stedet serverer han et langt handlingsresymé og en rekke påstander, hvor leseren blir en utenforstående mottaker av budskapet. Bruken av det inkluderende pronomenet «oss» glir over i mer ekskluderende pronomener som «man» og «mitt», og derigjennom kobles leseren delvis fra teksten.

Foreløpig oppsummering

Anmeldelsen fra perioden da Aftenposten kombinerte fullformatet og tabloidformatet, inneholder en refererende og nokså dominerende innholdsbeskrivelse som fokuserer på handlingsforløpet i boken. Handlingsreferatet blir ikke inkludert i omtalen av andre elementer i særlig grad, og om boken har et budskap, forblir usagt. Hvordan forfatteren skriver – hvilket perspektiv, stil, etc., han benytter – er heller ikke noe anmelderen omtaler. Anmelderen nevner imidlertid bokens genre samt at forfatteren har skrevet flere lignende bøker tidligere, men anmeldelsen mangler en grundigere kontekstualisering som kunne satt boken i et perspektiv som tydeligere skildret *Fossen*. Vurderingen består dessuten av en del ubegrunnede påstander, noe som gir en overflatisk presentasjon. Samtidig skuffes leseren, fordi den undersøkende innstillingen som blir annonsert i starten av anmeldelsen, ikke blir gjennomført.

På bakgrunn av anmeldelsen er det dermed vanskelig å forestille seg hvordan boken egentlig er. Ettersom handlingsreferatet utgjør en så stor del av anmeldelsen og de fleste vurderingene mangler ordentlige begrunnelser, fremstår det som viktigere for anmelderen å gjengi handlingen i boken enn å vurdere og å forklare hva som gjør boken til god eller dårlig, vellykket eller mindre vellykket litteratur. Helhetsinntrykket er en overflatisk og refererende kritikk med en del mangler, og artikkelen ligger derfor et godt stykke unna det ideelle kvalitetsnivået for genren.

Fristende formidling (en anmeldelse fra 2005)

Anne Merethe K. Prinos har skrevet anmeldelsen «Farlige fantasier fra mørkeloftet», som er en vurdering av Gunnar Blås novellesamling *Kvinnen på sykeilverkstedet og andre historier*.

Anmeldelsen sto på side 10, i kulturdelen mandag 28. februar 2005, det vil si etter at Aftenposten la fullstendig om til tabloidformatet. Artikkelen er som kritikkene i de tidligere årene illustrert med et lite bilde som viser hvordan boken ser ut, en slags faktaramme med informasjon om boktittel, forfatters navn, oversetter og forlag, samt en setning som

oppsummerer vurderingen. I tillegg finner man i 2005 et fremhevet sitat, som også bidrar til å trekke leseren til teksten.

Innholdsbeskrivelse

Anmelderen knytter stort sett innholdsbeskrivelsen til fremstillingen av andre momenter ved boken. Hovedsakelig består beskrivelsen av en fremstilling av tema og noen motiver i boken.

Anmelderen presenterer bokens tema ved å relatere boken til forfatterens debutbok:

Her [i boken] følger han [forfatteren] opp prosjektet fra debutsamlingen «Klumpigheten och andra historier» og kliner til med 12 tekster som alle handler om seksuell ekstremadferd.

Anmelderen utdyper så bokens tema gjennom en sammenligning med pornografi, og i tilknytning til denne sammenligningen sier anmelderen også noe om fortellerstilen i boken. I et forsøk på å beskrive og tydeliggjøre temaet ytterligere, presenterer også anmelderen motivene i to av bokens 12 tekster. Disse eksemplifiserer hvordan forfatteren behandler temaet – seksuell ekstremadferd:

La meg med en gang presisere at Blås historier befinner seg hinsides pornografien. Det er snarere slik at forfatteren leker med pornoens stereotypier og lager monstrøse vrengebilder av forslitte seksuelle klisjeer. Ta for eksempel skolepiken i lave sko og knestrømper som lar trusene falle for så å overfalle sitt mannlige bytte med et veldig nett av grådige tentakler. Eller kvinnen som er så kåt at selv Gud ikke kan motstå fristelsen til å avlegge henne et lite besøk.

I et avsluttende og konkluderende avsnitt presenterer anmelderen mer indirekte andre tema som dukker opp i flere av tekstene. Fremstillingen inkluderes i en slags leserveiledning, som også innbefatter en indirekte vurdering:

Skal man få noe utbytte av å lese «Kvinnen på sykkelverkstedet», må man være villig til å se forbi det anstøtelige, forbi kvinneforakten og blasfemien som gjennomsyrrer flere av tekstene.

Stilmessig plassering

Anmelderen plasserer boken i forfatterskapet og i norsk sammenheng, samtidig som hun også nevner bokens genre og sier noe om forfatteren:

«Kvinnen på sykkelverkstedet» er den hemmelighetsfulle svenskens andre novellesamling, og den første utgitt på norsk.

Det er etter denne siterte setningen anmelderen presenterer samlingens tema, samt forteller hvordan novellesamlingen fremstår i forhold til debutsamlingen.

Anmelderen beskriver også novellesamlingen i forhold til annen litteratur; hun refererer både hvordan andre kritikere har plassert samlingen og i hvilket perspektiv hun selv ser boken. Slik antyder anmelderen en interesse for å delta i den litterære debatten; hun går delvis i dialog med andre kritikere ved å referere deres syn og presentere eget perspektiv. Derigjennom

forsøker hun også å gjøre det klart for leseren hvilken type litteratur – genre og stil – novellesamlingen inneholder:

Tekstene i denne samlingen har altså ingenting med tradisjonell realisme å gjøre, selv om de gjerne utspiller seg i et gjenkjennelig sosialdemokratisk landskap. Flere anmeldere har sett novellene i forhold til brødrene Grimms eventyr, og enkelte av historiene refererer da også eksplisitt til en slik genre. Samtidig forholder Blå seg til arven etter Sade, selv om dette kanskje er enda mer åpenbart i debutboken.

Her kan man innvende at anmelderen beveger seg på grensen til en elitær formidling, ettersom Sade trolig ikke er allment kjent, noe brødrene Grimm derimot er. Man kan også påstå at det er på grensen til det elitære å henvise til en bok som ikke foreligger på norsk (Blås debutsamling). Anmelderen sammenligner imidlertid også novellene med pornografi, og hun bruker parallellen til å belyse både tema og stil; forfatteren forteller ved å skape «vrengbilder av forslitte seksuelle klisjeer», noe de nevnte novellemotivene eksemplifiserer. I forlengelsen av motivbeskrivelsen utdypes også fortellerteknikken – vrengbildene – idet anmelderen vurderer teknikkens virkning:

Gjennom disse stadige, uventede omslagene eller metamorfosene viser Blå frem en farlig og truende seksualitet som har svært lite til felles med den vi kan lese om i glansede magasiner.

Her ser man igjen hvordan anmelderen bruker pornografien som referansepunkt i beskrivelsen, dog noe skjult gjennom formuleringen «glansede magasiner». Det er for øvrig Blås fremvisning av «en farlig og truende seksualitet» som fremheves. Ettersom fokus på seksualitet er noe man knytter til tabloidjournalistikken, kunne man her hevde at det fremhevede sitatet bidrar til et tabloid trekk i anmeldelsen. Men i motsetning til i tabloidjournalistikken, skriver ikke anmelderen her om seksualitet for fokusets skyld, men fordi dette er en svært sentral del av boken og dermed nødvendig å formidle.

Begrunnet vurdering

I siste avsnitt konkluderer anmelderen eksplisitt med at novellesamlingen har kvaliteter. Anmelderen begrunner imidlertid aldri kvaliteten direkte, men underliggende finner man argumenter. Kvaliteten blir for det første begrunnet gjennom leseropplevelsen:

Det er ingen fornøyelse å lese Gunnar Blå. Men så skriver han heller ikke for å behage, svensken ingen vet hvem er, men som har uttalt at han frykter for sine egne leseres sjelefred.

Novellene skaper altså en fysisk reaksjon – følelsen av ubehag – noe man med Bjerck Hagen kan karakterisere som et kvalitetssymptom (Bjerck Hagen 2004:26). Samtidig viser anmelderen at ubehaget er i tråd med forfatterens intensjon. Derigjennom argumenterer hun indirekte for at formidlingen er vellykket, ettersom hennes leseropplevelse overensstemmer med forfatterens

hensikter. Videre antyder anmelderen at hun vurderer novellesamlingen ut fra et kriterium om at gode bøker inneholder noe viktig, noe man må ta stilling til:

Novellene hans er bent frem plagsomme, provoserende, irriterende og ubehagelige, og slik markerer Blå seg som en forfatter det er vanskelig å stille seg likegyldig til.

En slik vurdering kan knyttes til det Andersen kaller et moralsk/politisk kriterium. Andersen mener imidlertid at kriteriet kun kan utsi noe om tekstens *viktighet* og ikke noe om hvor *god* eller *dårlig* litteraturen er (Andersen 1987:18f). Begrunnelsen for at leseren må ta stilling, ligger implisitt i de oppramsede fysiske reaksjonene – altså symptomene på kvalitet – som vekkes til live under lesningen; disse gjør at leseren må ta stilling.

Anmelderens beskrivelse av fortellerstilen i novellesamlingen fremstår også som en begrunnelse for vurderingen av novellene som plagsomme og ubehagelige, ettersom forfatteren beretter gjennom «monstrøse vrengebilder». Ut fra beskrivelsen er det imidlertid vanskelig å lese om anmelderen anser det «monstrøse» som vellykket eller ei.

I konklusjonen tilføyer anmelderen en vurdering av språket i novellene, men denne vurderingen blir ikke begrunnet. Her hadde det vært passende å gjengi en tekstprøve, som viste hva en «språklig sikker hånd» innebar. Men tekstprøver er mangelvare i anmeldelsen.

Anmelderen konkluderer med at novellesamlingen inneholder «skabrøse sex-fantasier» som er «krevende saker». De «skabrøse sex-fantasier» er eksemplifisert og begrunnet gjennom motivbeskrivelsene tidligere, og motivene indikerer også at innholdet er «krevende saker». Anmelderens leseropplevelse – ubehaget, provokasjonen, etc. – bygger også opp under en slik slutning. Konklusjonen inneholder dessuten en beskrivelse av novellene som noe anmelderen aldri har «lest maken» til. Dermed begrunner anmelderen implisitt helt til slutt bokens kvalitet ut fra kriteriet originalitet, som er et av de vanligste og viktigste kvalitetskriteriene i moderne estetikk (Bjerck Hagen 2004:39).

Som argumenter for vurderingen bruker anmelderen altså både innholdsbeskrivelsen og presentasjonen av fortellerstilen, noe som gir en presentasjon hvor elementene fungerer sammen. Det er imidlertid en svakhet at anmeldelsen ikke inneholder noen tekstprøve.

Formidling

Anmelderens språk er korrekt og stort sett uproblematisk, bortsett fra noen momenter og ord som kan oppfattes som på grensen til det elitære: Relasjonen til Sade, henvisningen til debutboken som ikke foreligger på norsk, og fremmedord som «skabrøse», «monstrøse» og «metamorfosene». Dessuten må man iblant lese noe mellom linjene, for eksempel i tilfellet hvor anmelderen bruker metaforen «glansede magasiner».

Den elitære tendensen kan antyde at anmelderen skriver for den litteraturinteresserte avisleseren med et visst nivå av forkunnskaper. Men samtidig sammenligner anmelderen også novellene med pornografi og eventyr, som er noe alle kjenner til. Dermed gjør anmelderen det også mulig for lesere med mindre litterær kompetanse å danne seg et inntrykk av litteraturen. Slik sett åpner anmelderen opp for nye lesere; formidlingen fremstår som tilkoblende.

Også fokuset på «mystikken» rundt forfatteren i begynnelsen av anmeldelsen, fremstår som tilkoblende idet virkemiddelet vekker nysgjerrighet og skaper leselyst: Forfatteren beskrives som «den hemmelighetsfulle», «... svensken ingen vet hvem er, men som har uttalt at han frykter for sine leseres sjelefred». Dessuten fungerer tittelen – «Farlige fantasier fra mørkeloftet» – pirrende fordi man må lese videre for å finne ut hva den refererer til. Tittelen er mindre konkluderende enn de to andre analyserte artiklenes titler: «Sterk skildring» og «Krim uten dramatikk».

Foreløpig oppsummering

Anmelderen formidler temaet i boken og presenterer to motiver som eksemplifiserer hvordan temaet behandles. Anmelderen ser også boken i lys av annen litteratur og plasserer boken i forfatterskapet, samt at hun sier noe om hvordan forfatteren skriver om temaet i boken og hvilken type bok det handler om. Dermed innfrir anmelderen altså kravet om en stilmessig plassering. Anmelderen trekker dessuten en parallell til kjente genrer som eventyr og pornografi i beskrivelsen av novellesamlingen, noe som gjør det mulig for de fleste å danne seg et inntrykk av litteraturen. Vurderingen er begrunnet, bortsett fra én påstand om språket, hvor en tekstprøve effektivt kunne illustrert hva anmelderen mente. Men anmeldelsen mangler en tekstprøve.

De ulike momentene – innholdsbeskrivelse, stilmessig plassering og vurdering – blir imidlertid relatert til hverandre; elementene fungerer altså som en helhet. Språket er også korrekt, stort sett klart og skaper leselyst – formidlingen fremstår som tilkoblende – og anmeldelsen ligger dermed nært opp til kvalitetsidealet.

Oppsummering anmeldelser

Analysene av de mest representative anmeldelsene fra de tre ulike periodene hvor Aftenposten har operert med ulike formater, viser ingen entydig utvikling fra format til format. Kritikken som er hentet fra kombinasjonsperioden (2004) fremstår som den svakeste av de tre artiklene som er studert kvalitativt i det foregående, mens anmeldelsen fra 2005, altså etter den

fullstendige formatomleggingen, synes å holde det høyeste kvalitetsnivået. Tekstanalysen antyder dermed at kvaliteten varierer både mellom de ulike formatene og innen tabloidformatet (ettersom anmeldelsen fra 2004 også sto på trykk i tabloidformat). Dessuten er det heller ingen grunn til å hevde at kvaliteten er blitt bedre og bedre, eller dårligere og dårligere, med formatskiftene. Det er heller ingen av de tre anmeldelsene som rommer noen markerte tabloide trekk.

Alle anmeldelsene inneholder et lite bilde av boken som anmeldes, en faktaramme med opplysninger om bokens tittel og forfatterens, oversetterens og forlagets navn, samt en setning som oppsummerer brødteksten. Disse elementene signaliserer at artikkelen er en anmeldelse. Anmeldelsen fra 2005 skiller seg litt ut ved at denne i tillegg har et fremhevet sitat, som bidrar til å trekke leseren til teksten. Sitatet handler om seksualitet, et tema som gjerne knyttes til tabloidjournalistikk. Sitatet fremstår likevel ikke som tabloidisert, fordi det peker på et relevant trekk ved boken som anmeldes.

Alle anmeldelsene inneholder en innholdsbeskrivelse, en stilmessig plassering og en vurdering, i mer eller mindre grad, men det er kun kritikken fra 2003 som også inneholder en tekstprøve. Grunnet uklarheter i formidlingen av hva tekstprøven skal illustrere, fremstår den imidlertid som noe overflødig.

Innholdsbeskrivelsen er mest effektiv i anmeldelsen fra 2005, og minst interessant i kritikken fra 2004, da sistnevnte i all hovedsak består av et handlingsresymé. Den stilmessige plasseringen av boken er nærmest ikke-eksisterende i anmeldelsen fra 2004, mens anmelderen av boken fra 2005 gir en nokså fyldig og tilgjengelig formidling av bokens stil og genre. Også anmelderens begrunnelse for sin vurdering i kritikken fra 2004 fremtrer som den svakeste av de tre som er analysert her, fordi de fleste vurderingene ligner påstander mer enn ordentlige begrunnelser. I de to kritikkene fra 2003 og 2005 gir anmelderne derimot tydeligere argumenter for sin vurdering.

Hva angår språket, så finnes det en del feil og uklarheter i anmeldelsen fra 2003, mens artiklene fra 2004 og 2005 stort sett er korrekte. Anmelderen fra 2004 formidler imidlertid ved bruk av en stil som kan virke noe fremmed på noen lesere, mens anmeldelsen fra 2005 inneholder noen ord og elementer som er på grensen til en elitær formidling. Det er likevel anmeldelsen fra 2005 som fremstår som den mest vellykkede, blant annet fordi formidlingen også rommer elementer som gjør det mulig for de fleste å danne seg et inntrykk av hvilken type bok det er snakk om. Dessuten skaper sistnevnte anmeldelse også mest leselyst.

Kvalitetskriterier i omtale- og lanseringsstoff

Lanserings- og omtalejournalistikk blir «definert» gjennom tidspunktet: Forhåndsomtalen forteller om litteratur (musikk, film, kunst, etc.) *i forkant* av en lansering, mens lanseringsartikkelen forteller om en bok (plate, film, etc.) *idet* den lanseres (samme dag eller like etter), slik også genrebetegnelse antyder. Kilden i omtale- og lanseringsartiklene er vanligvis en forfatter (musiker, skuespiller, etc.) eller eventuelt en annen «bransjeperson» (forlegger, produsent, regissør, etc.). Artiklene utformes ofte som intervju, der kildens stemme gjerne blir fremtredende, mens journalistens stemme underordnes. I motsetning til i anmeldelsen, skal journalisten altså ikke ytre sin vurdering av litteraturen (musikken, kunsten, etc.) i omtale- og lanseringsartiklene. Journalistens oppgave er å fremstille saken ved å gi kilden ordet.

Som med kritikkene finnes det heller ikke et uttalt endelig ideal for lanseringsstoffet. For å finne frem til kriterier man kan bruke i en undersøkelse av lanseringsartiklenes kvalitet, har jeg derfor tatt utgangspunkt i andres behandlinger av genren og kulturjournalistikk generelt.

I sin undersøkelse av kulturjournalistikken i skandinavisk presse kategoriserte Lund lanseringsstoff og forhåndsomtaler i tre ulike kvalitetsnivåer ut fra grad av utdyping og problematisering (Lund 2005:54ff). Kategori tre – som man kan tolke som det beste kvalitetsnivået – rommer artikler med utdypende og problematiserende informasjon om kulturprodukt eller -uttrykk. Dette er artikler «som gir utdypende stoff (for eksempel bakgrunnsinformasjon), men som også ... inneholder kritiske spørsmål, eventuelt bruk av andre kilder, som problematiserer stoffet» (Lund 2005:61).

I undersøkelsen viser Lund at det finnes flere typer lanseringsartikler og forhåndsomtaler, i og med at artiklene kan knyttes til ulike kvalitetsnivåer. At slike artikler også *kan* romme kritikk, står dermed i motsetning til hvordan mange definerer genren, nemlig som ukritisk og overflatisk (se for eksempel Larsen 2001:14, Bech-Karlsen 1991:196). Men en ukritisk og overflatisk journalistikk overensstemmer ikke med kulturjournalistikkens ideal, som handler om at journalistikken skal være et sted for refleksjon, dannelse og folkeopplysning. Dette er som tidligere nevnt også grunnlaget for kulturjournalistikkens legitimitet (Larsen 2001:14).

Man kan altså mene at lanseringsartikler og forhåndsomtaler ideelt sett *ikke skal* være ukritiske og overflatiske, noe som nødvendigvis må innebære at artiklene ideelt sett *skal* være kritiske og utdypende, slik Lunds kategori tre indikerer. Lund eksemplifiserer sin kategori tre gjennom to artikler og viser at artikkeltypen gjerne inneholder «fylldige spørsmål om saken», «forklarende» avsnitt, «god plass til å svare på spørsmål» og at «[f]okuset er hele tiden rettet mot

bokens innhold/saksforhold». Lund påpeker også at «spørsmålene gjør intervjuet og samtalen til noe annet enn en 'lanseringstekst'» (Lund 2005:61f).

Lanseringsartikler og forhåndsomtaler omtaler vanligvis noe nytt og kan dermed betraktes som en undergenre av nyhetsartikkelen. Av den grunn bør man kunne forvente en objektiv og saklig fremstilling også i lanseringsstoffet, samt svar på nyhetsjournalistikkens kardinalspørsmål (Hvem? Hva? Hvor? Når? Hvordan? Hvorfor?). Saklighet er dessuten et punkt i pressens etiske regelverk, som indikerer et ideal: «Legg vekt på saklighet og omtanke i innhold og presentasjon» (Vær Varsom-plakaten, pkt.4.1).

På bakgrunn av dette kan man dermed stille følgende krav til hva forhåndsomtaler og lanseringsstoff bør inneholde:

- En beskrivelse av saken
- Utdypende, forklarende informasjon som setter saken i en sammenheng (kontekst)
- Problematisering/kritiske spørsmål
- Fokus på saken/det vesentlige
- Godt språk og god formidling

En beskrivelse av saken innebærer at journalisten presenterer de nødvendige forholdene i saken (besvarer hvem, hva, hvor og når). Ved boklanseringer vil dette være opplysninger om hvem som lanserer hvilken bok, hvor og når. Den utdypende informasjonen skal forsøke å sette boken i en kontekst som for eksempel sier noe om bakgrunnen og hensikten med boken (besvare hvordan/hvorfor): Hvordan kom boken i stand? Hvorfor utgis boken? Hva er intensjonen? Hvor står boken i forhold til forfatterskapet eller annen litteratur? En problematisering er nødvendig for å unngå en overdrevet positiv omtale som nærmer seg tekstreklamen (jf. «Tekstreklameplakaten»). Dessuten vil en problematisering og kritiske spørsmål kunne bidra til at journalisten fremstår som interessert – at hun ønsker å finne ut og lære mer om saken (eller litteraturen) – noe som videre kan påvirke leseren slik at også hun blir mer interessert; den journalistiske formidlingen virker da tilkoblen. Problematiseringen kan komme til uttrykk gjennom en presentasjon av ulike synspunkter og ved bruk av flere kilder, samt i form av spørsmål. At journalisten er kritisk, betyr altså noe annet i lanseringsartiklene enn i kritikkene: Journalisten skal ikke vurdere litteraturen i lanseringsstoffet, men være kritisk i den forstand at hun forsøker å trekke frem de viktige aspektene ved saken, slik at fremstillingen ikke blir en direkte gjengivelse av kilden der også uvesentligheter får plass. Om det for eksempel finnes relevante sider ved saken som kilden ikke berører uoppfordret, er det journalistens oppgave å forsøke å få frem disse. Saksfokusering er som beskrevet over dessuten

et ideal i pressens etiske normverk; enhver artikkel bør vektlegge saken, altså det som er vesentlig. I lanseringen av en bok er det dermed ikke relevant å fokusere på for eksempel hvor mange barn forfatteren har (så sant ikke dette er vesentlig for å belyse innholdet i boken). Et koherent, korrekt og klart språk er dessuten en forutsetning for en vellykket formidling, uansett genre. Det må være mulig å følge resonnementene i artikkelen, og som i all journalistikk må også lanseringsartiklene oppfylle de generelle journalistiske kravene som at artiklene er velskrevet og presentert på en interessevekkende måte. Målet er en lanseringsartikkel som gir leseren en følelse av å sitte igjen med et nyansert bilde av saken (som her trolig er en ny bok) etter endt lesning.

En kvalitetssenkning og tabloidisering innen omtale-/lanseringsjournalistikken kan betraktes som en utvikling fra en kritisk, undersøkende og utdypende dekning, hvor journalisten tydelig viser at hun ønsker å finne ut noe om den nye boken, mot en overflatisk og refererende artikkel, som eksempelvis innebærer ukritisk referat av hva forfatteren sier. Dette kan videre gi en presentasjon som nærmer seg tekstreklamen, noe som bidrar til å undergrave pressens normative ideal. Et kvalitetsforfall og en tabloidisering kan også betraktes som en vridning fra omtale av litteraturen til mer fokus på forfatteren, forfatterens privatliv og lignende. En slik utvikling kan dessuten innebære at artikkelen domineres av et stort bilde av forfatteren der teksten samtidig tildeles liten plass.

Lettvint og velvillig lanseringsjournalistikk (en lanseringsartikkel fra 2003)

Lanseringsartikkelen «Prima ballerina gjennom 50 år på tå hev» er skrevet av Thorleif Andreassen og sto på trykk onsdag 5. mars 2003, på side 12. Artikkelen omtaler selvbiografien til Anne Borg.

Beskrivelse av saken

Artikkelen er nokså uklar i sin formidling av hva saken gjelder. Dette skyldes blant annet at ingressen ikke besvarer spørsmålene hvem, hva, hvor og når, slik den klassiske nyhetsartikkelen gjerne gjør (Østlyngen & Øvrebø 1998:367). I stedet refereres en hendelse fra 1983, fra sceneprovne til Flåklypaballetten:

«Fanken, hvor er det blitt av tissefanten til Vusevolen?» Ballettsjef Anne Borg måtte be Kjell Aukrust sette seg lenger bak i salen under sceneprovne på Flåklypaballetten i 1983.

Som leser undrer man på hvorfor en slik gammel hendelse blir omtalt i ingressen. Det er heller ikke absolutt klart hvem som er sitert. Men på bakgrunn av artikkelens tittel – «Prima ballerina gjennom 50 år på tå hev» – antyder ingressen at det er ballettsjefen, Anne Borg, artikkelen skal

handle om, og ikke Kjell Aukrust. Man må imidlertid lese frem til begynnelsen av andre avsnitt i brødteksten før man formoder at artikkelen er en lanseringsartikkel i forbindelse med at Anne Borg utgir en selvbiografi:

I sin selvbiografi «Dans!» skriver Anne Borg at for henne ble ikke det fineste med Flåklypaballetten at den ble en suksess, men at den var inngangsporten til et nært og varmt forhold til mennesket og humoristen Kjell og hans kone Kari. Vår prima ballerina Anne Borg (66) beskriver 50 blodfylte år på tå hev. Hun lar oss titte på god [sic] og vondt i ballettens kulisser og lar oss møte ballettens verdensnavn.

Artikkelen er også illustrert med et bilde. At bildet fremstiller Anne Borg, fremkommer av bildeteksten. Bildet opptar omkring en sjettedel av artikkelen og er dermed nokså beskjedent, men bildet og bildeteksten medvirker uansett til en presisering av hva som er saken:

Ingen pingle. – Det har vært utfordringer etter utfordringer, fastslår Anne Borg, som har skrevet bok om 50 år i balletten.

Lanseringsartikkelen formidler altså *hvem* som har skrevet en bok og *hvilken* bok det er. Det finnes imidlertid ingen opplysninger om *når* eller *hvor* boken utgis, noe som medvirker til at formidlingen av saken blir utydelig; man skjønner ikke helt hvorfor boken omtales. Man må bare anta at boken er aktuell (ny) ut fra genrekonvensjonen.

Utdypende informasjon

Det finnes heller ikke noe særlig utdypende informasjon i artikkelen. Journalisten skriver ingenting om bakgrunnen for boken, hvordan boken kom i stand, hvorfor den utgis eller annet som kan belyse utgivelsen eller sette boken inn i en kontekst. I stedet prioriterer journalisten å gjenfortelle hendelser fra boken. Derigjennom presenterer journalisten også forfatteren. Flere steder er det imidlertid uklart om journalisten formidler hva forfatteren skriver i boken eller om han forteller hva hun har uttalt til ham i et intervju. Dette er tilfellet i følgende avsnitt hvor journalisten med utgangspunkt i et direkte sitat av Borg, formidler noe om Borgs karriere. Det er blant annet bruken av ordet «beretter» som gjør formidlingen utydelig, ettersom dette kan referere både til en uttalelse og til formidlingen i boken:

– Det er danser jeg er, alt annet bare ble sånn, sier Borg, som har strukket dansen og seg selv oppover og oppover. Tross de mange norske og internasjonale triumfer i de store ballett-roller, legger ikke forfatteren skjul på at livet ikke bare har vært en dans på roser. Hun beretter om intriger og maktkamp. Som ballettsjef kjempet hun som en løvinne for ballettens integritet ved Operaen ...

Den «utdypende» informasjonen som finnes, handler altså mest om å referere episoder fra Borgs liv, og mindre om bakgrunnen eller konteksten for boken, hvordan stoffet presenteres, altså momenter som går ut over den mer overflatiske gjenfortellingen.

Problematisering

Det er også vanskelig å finne tegn til problematisering i artikkelen. Det finnes ingen siterte spørsmål fra journalisten, og det er også vanskelig å spore underliggende spørsmål. I stedet fremstilles boken og forfatteren i et svært positivt lys. Artikkelen tegner et bilde av et «medmenneske» gjennom skildringen av hva Borg syntes det beste med Flåklypaballetten var; nemlig vennskapet med Kjell Aukrust og hans kone, og altså ikke ballettens suksess. Dessuten skapes et positivt inntrykk gjennom beskrivelser som «[v]år prima ballerina» og «Borg, som har strukket dansen og seg selv oppover og oppover». Samtidig understrekes det at forfatteren er modig og vellykket: Hun har oppnådd «mange norske og internasjonale triumfer i de store ballett-roller», og hun har «kjempet ... for ballettens integritet ved Operaen». Journalisten bemerker at forfatteren innrømmer at ballettlivet «ikke bare har vært en dans på roser», men heller ikke dette bidrar til en problematisering av bokutgivelsen, som er saken. Artikkelen fremstår dermed som en nokså velvillig og positiv omtale av en forfatter og hennes bok.

Mangelen på spørsmål gir også et inntrykk av en journalist som egentlig ikke er særlig interessert i saken. Artikkelen ville trolig vært mer interessant om journalisten ikke gjenfortalte så mange konkrete hendelser, men i stedet forsøkte å sette boken inn i en sammenheng; har forfatteren noe hun vil formidle? Vil hun for eksempel skape mer interesse og forståelse for dans? Er boken et innlegg i kulturdebatten?

Fokus og formidling

Journalisten vektlegger altså å referere hendelser fra boken og forfatterens liv. Gjenfortellingen sier egentlig ingenting om hvilken type bok det er, bortsett fra at boken trolig inneholder disse historiene som refereres. Ettersom alle hendelsene inkluderer kjente personer, fremstår artikkelen derfor som mer person- og kjendisfokusert enn saks- og litteraturfokusert.

I ingressen gjengir journalisten en mindre «konflikt» mellom Borg og Aukrust, en episode som forklarer bakgrunnen for vennskapet mellom dem. Her fokuserer journalisten altså på private anliggender, og det er noe uklart hva momentet skal belyse i artikkelen. Det samme gjelder en gjengivelse av møtet mellom det daværende kronprinsparet og den russiske ballettstjernen Rudolf Nurejev. Skildringen gir et preg av fokus på kjendiseri, småsensasjoner og småintime avsløringer, elementer man gjerne knytter til tabloidjournalistikk:

– Det daværende kronprinsparet overvar den første forestillingen, og i pausen - med champagne og konfekt - skulle de kongelige hilse på verdensstjernen. Nurejev ankom med bar og svett overkropp, og i en stram liten hvit trikot. Kronprinsessen uttrykte etterpå sin skuffelse over panteren på nært hold.

I tillegg til at fremstillingen av episoden oppleves som noe unødvendig, er innskuddsleddet «med champagne og konfekt» særs overflødig. Dette bygger bare i enda større grad opp under kjendiseriet.

Formidlingen er også mindre vellykket fordi språket er preget av klisjeer, trykkfeil og inkonsistente setninger. Tittelen inneholder det man må kunne karakterisere som to klisjeer: «Prima ballerina» og «på tå hev», og spesielt i et avsnitt hvor journalisten forteller om Borgs kamp for ballettens integritet i Operaen, er klisjépreget tydelig:

Som ballettsjef kjempet hun [Borg] som en løvinne for ballettens integritet ved Operaen, og om at [sic] det virket som den nye operasjefen Bjørn Simensen var blitt lovet en stilling som enehersker. At hun sprellet som en fisk i tre mektigs [sic] menns garn, operasjef, direktør og styreformann.

I tillegg til alle klisjeene inneholder avsnittet også trykkfeil og grammatiske/syntaktiske inkonsistenser, noe som gir en svak kvalitet på formidlingen. Ettersom artikkelen er nokså kort (418 ord), blir svakhetene ekstra tydelige. Artikkelens siste setning er dessuten utydelig, siden den innledes med en replikkstrek samtidig som journalisten benytter anføringsordet «skriver». Dette bygger opp under det tidligere nevnte problemet med uklarheter i om journalisten formidler hva Borg har uttalt til ham, eller om han refererer hva hun har skrevet i selvbiografien:

– Da Bjørn Simensen kom tilbake i stillingen, etter flere år i Dagbladet, fikk Operaen den beste sjef man kunne ønske seg, skriver Anne Borg.

Siden journalisten bruker anførselstegn når han gjengir uttalelser fra hendelsene i 1983 (i ingressen), og replikkstrek ved andre sitat, oppfatter man forskjellen i siteringsmåte som indikasjon på før og nå, altså på hva som refereres fra boken og hva forfatteren uttaler til journalisten. Men det siste sitatets motsigende elementer, medfører at man blir usikker på en slik tolkning av formelementene. Dette bidrar også til en utydelig formidling. Samtidig er det også bare ved ett sitat at forfatteren bruker ytringsverb («sier»), noe som medfører at man begynner å tvile på om journalisten har intervjuet forfatteren eller om han kun baserer seg på en pressemelding, eller kanskje bare boken. Kildegrunnlaget for artikkelen forblir altså uklart.

Foreløpig oppsummering

Helhetsinntrykket er at artikkelen er av relativt svak kvalitet. Uklarhetene i formidlingen samt klisjeene og flere feil bidrar til et dårlig språk og et inntrykk av hastverksarbeid. Omtalen er ellers enkel og overhodet ikke problematiserende. Artikkelen ligner mest et resymé av boken og Borgs karriere, og mindre et forsøk på en interessant formidling, som bør innebære en kontekstualisering og/eller problematisering. Forfatteren fremstilles gjennom en meget positiv

omtale, og det fremtrer som viktigere å skrive *noe* i relasjon til boken, enn at det som skrives er vesentlig; hensikten er at boken blir kjent. En slik tolkning gjør artikkelen til lettvinnt og velvillig lanseringsjournalistikk. Artikkelen demonstrerer dermed at den journalistiske kvaliteten ikke nødvendigvis er av beste sort før formatendringene. Vinklingen i artikkelen kan dessuten karakteriseres som delvis tabloid ettersom journalisten legger vekt på å gjenfortelle hendelser fra boken som inkluderer konflikt (i innledningen mellom Borg og Aukrust) og kjente personer (Aukrust, Nurejev, kronprinsparet) i stedet for å fokusere på utgivelsen av boken.

Formidling gjennom samtale (en lanseringsartikkel fra 2004)

Lanseringsartikkelen «Lo godt av egen bok» er skrevet av Thorleif Andreassen og sto på trykk onsdag 21. april 2004, på side 10. Artikkelen omtaler en ny roman av svenske Mian Lodalen.

Beskrivelse av saken

Journalisten angir at artikkelen handler om en boklansering ved å fokusere på forfatteren og hennes nye bok i alle artikkelens henvendelselementer – tittel, bilde, bildetekst og ingress. Et stort bilde illustrerer forfatteren; det fremgår implisitt av bildeteksten at det er en forfatter som er avbildet ettersom personen på bildet har skrevet en roman. Samtidig berører bildeteksten indirekte private sider ved forfatteren og innholdet i boken:

Profilert lesbe. Svenske Mian Lodalen tar humoren i bruk i sin roman med skeive samfunnsblikk.

Det er spesielt ordet «bok» i tittelen som antyder saken. Ettersom tittelen mangler subjekt og bildet fremstiller en forfatter, leser man bildet som subjekt til tittelen – forfatteren på bildet «[l]o godt av egen bok». Tittel og bilde fungerer slik som en visuellverbal enhet, som signaliserer hva saken handler om.

Ingressen belyser saken ved å beskrive og presentere forfatteren og romanens hovedperson gjennom en sammenligning:

De er begge lesbiske frilansjournalister og har skapt medieblest i Sverige. Ellers har forfatter Mian Lodalen lite til felles med sin umodne romanfigur My.

I ett av brødtekstens første avsnitt forteller journalisten helt tydelig i én setning hva saken er. Samtidig beskriver journalisten boken og tilføyer opplysninger om forfatterens privatliv:

Over den verste krisen etter brutt partnerskap, er hun[forfatteren] på Norgesbesøk i forbindelse med at hennes lesberoman med skeive samfunnsblikk og glimt i øyet utkommer på norsk.

Beskrivelsen av saken er altså tydelig. Journalisten forteller imidlertid ikke hva bokens tittel er, noe som er nokså essensielt i en lanseringsartikkel. Men en anmeldelse av boken er satt på samme side som lanseringsartikkelen, og i kritikken blir bokens tittel presentert. Ettersom

artiklene imidlertid kan leses uavhengig av hverandre, det vil si at artiklene kunne stått på ulike sider i avisen, er det vanskelig å si at informasjonen i kritikken veier opp for mangelen i lanseringsartikkelen.

Utdypende informasjon

Ettersom journalisten presenterer saken gjennom henvendelseselementene og én setning i brødteksten, kan han bruke resten av artikkelen til å utdype saken, noe han også gjør.

Artikkelen er bygd opp rundt en gjengivelse av journalistens spørsmål og forfatterens svar, som stort sett er relatert til boken. Derigjennom fremkommer opplysninger om hovedpersonen i boken, hvordan boken kom i stand, hva forfatteren ønsker å oppnå med boken, fortellerstilen i romanen, skriveprosessen samt hvem forfatteren er. Et eksempel:

– Jeg fikk en forespørsel fra forlaget om å lage en lesbedagbok. Først og fremst vil jeg underholde med romanen, få folk til å le. Selv har jeg aldri ledd så mye som jeg gjorde mens jeg skrev romanen, men jeg vil også si noe politisk. – Som? – Jeg vil at heterofile skal lese og se at det fortsatt er urettferdighet overfor homofile i lovverket, [sic] holdninger og attityder. Det er mye trakassering av homofile i Sverige. Fortsatt er det tøft i arbeidslivet.

En relevant kontekstualiserende opplysning mangler imidlertid i artikkelen: Journalisten forteller ikke at boken er forfatterens romandebut.

Problematisering

Problematisering og kritikk i lanseringsartikler innebærer som nevnt at journalisten får frem alternative syn på saken, gjerne ved bruk av flere kilder, og at hun skiller det vesentlige fra det uvesentlige. I lanseringsartikkelen «Lo godt av egen bok» er det benyttet én kilde, forfatteren, eller muligens to, om man inkluderer boken, som journalisten antyder at han har lest gjennom et spørsmål om språket:

– Hvorfor lar du uttrykke My tøffe seg med et så sterkt pubertalt språk?

Journalisten presenterer imidlertid en del informasjon om forfatterens privatliv. For eksempel opplyser journalisten at forfatteren nettopp er «[o]ver den verste krisen etter brutt partnerskap», noe som ikke belyser saken – bokutgivelsen – og av den grunn oppfattes som en uvesentlighet i formidlingen. Det samme kan sies om en av forfatterens uttalelser som handler om hennes tidligere partner:

– Jeg levde med Louise Boije af Genna's som i 1997 beskrev vårt forhold i bestselgeren «Stjerner uten svindel». Jeg har nok dårlig innflytelse på heteroseksuelle. Nå lever hun med en mann som hun har fått barn med, forteller Lodalen.

Slike elementer bidrar til at deler av artikkelen fremstår som en ukritisk gjenfortelling av hva forfatteren sier. Journalisten problematiserer imidlertid delvis bokens budskap idet han kommer med en innvending mot forfatterens påstand om at homofile fremdeles trakasseres i Sverige:

– Har ikke toleransen overfor homofile økt sterkt de senere år?

Også spørsmålet om språket i boken kan tolkes som en problematisering. Gjennom spørsmålet viser journalisten at han er interessert i boken, at han ønsker å forstå hvordan forfatteren har tenkt i skriveprosessen, noe for øvrig også oppfølgingsspørsmålet til forfatterens første uttalelse om hensikten med boken viser.

Gjennom en fortellende setning og et påfølgende sitat antyder journalisten at han har stilt spørsmål som ikke er gjengitt i teksten. Følgende utdrag er trolig svar på et spørsmål om hvor realistisk fortellingen i romanen er:

Mian Lodalen påpeker at hun heller ikke ville skrive en politisk korrekt bok. – Jeg er overbevist om at alle lesbiske ikke kjenner seg igjen i mye av Mys liv. Det er tusen andre måter å leve lesbisk på. You can't please them all. Jeg ville ikke heller skrive slik det gjerne gjøres i lesbebøker og filmer. At det går til helvete med de lesbiske. Om de ikke tar sine liv, blir de hetero, påpeker forfatteren.

En problematisering som er relevant, men som ikke behandles, er betegnelsen «lesberoman/-dagbok», som brukes i beskrivelsen av boken. En nærmere definisjon av hva termen innebærer, ville være på sin plass, selv om det er mulig å oppnå en forståelse av begrepet indirekte gjennom det som blir fortalt om innholdet i boken og hva som er forfatterens budskap i boken.

Fokus og formidling

Journalisten fokuserer på homofili i artikkelen ettersom homofili er relatert til både bokens innhold og forfatteren – forfatteren er lesbisk, som sin romanfigur, og en hensikt med boken er å vise frem urettferdigheten overfor homofile i samfunnet. Dette fokuset gir en vinkling på både person og sak (boken som lanseres), og det store bildet underbygger fokuset på personen. Det lesbiske aspektet blir fremhevet gjennom mellomtitler som «Ingen homotrend» og «Lesbisk titteskap» samt det fremhevede ordet «Lesberoman» i innledningen til brødteksten. Dessuten understrekes aspektet i ingressen og bildeteksten. Journalisten legger også vekt på forfatterens seksuelle legning i presentasjonen av forfatteren, som innimellom – blant annet i ingressen – knyttes til fremstillingen av romanfiguren. Fokuset på forfatteren går imidlertid iblant over i det private, noe som ikke bidrar til å utdype saken, og som dermed til tider gir et delvis tabloid trekk ved fremstillingen.

Mellomtittelen «Ingen homotrend» skaper for øvrig et brudd i leserytmen fordi den er satt midt mellom et spørsmål og dets svar, noe som gir en dårlig flyt akkurat der. Dessuten inneholder delen etter denne mellomtittelen svært få setninger før neste mellomtittel, og mellomtittelen «Ingen homotrend» kunne derfor vært strøket. Språkbruken er imidlertid stort sett korrekt (kun én trykkfeil), tydelig og enkel, men noen klisjeer finnes. For eksempel har forfatteren «flere høner å plukke med selvopptatte My», og boken rommer som tidligere sitert «skeive samfunnsblikk og glimt i øyet», en beskrivelse som egentlig ikke sier så veldig mye om boken.

Journalisten har forsøkt å skape interesse for saken gjennom en nokså kort og direkte ingress. Dessuten gir komposisjonen rundt samtalen mellom journalist og forfatter et levende uttrykk hvor leseren får følelsen av å være tredje part, noe som også vekker leselyst.

Foreløpig oppsummering

Artikkelen fremstår som en grei og nokså interessevekkende artikkel. Journalisten gir en tydelig beskrivelse av saken, han får frem bakgrunnsinformasjon om og hensikten med boken, og han stiller også relevante spørsmål til forfatteren. Det fremgår tydelig av artikkelen at det har foregått en samtale forut, noe som gir en levende formidling. Slik sett tilfredsstiller artikkelen kvalitetskravene. Det trekker imidlertid noe ned at artikkelen ikke presenterer tittelen på boken som lanseres, samt at journalisten heller ikke opplyser at boken er forfatterens debut, og at begrepet «desberoman» ikke blir diskutert. Dessuten finnes det noen unødvendige private opplysninger om forfatteren som ikke bidrar til å belyse saken, og som dermed heller gir et tabloid preg. Opplysningene medfører også et fokus på person, men artikkelen vinkler også mye på saken (den nye boken). Språket er stort sett korrekt og klart, og artikkelen formidler ny litteratur på en tydelig og tilgjengelig måte.

Klar formidling, men fokus på musikk (en lanseringsartikkel fra 2005)

Erik Bjørnskau har skrevet lanseringsartikkelen «Skriver fordi han elsker musikk» på side 10 onsdag 6. april 2005. Artikkelen omtaler Norman Lebrechts roman, *En sang om navn*.

Beskrivelse av saken

Saken blir effektivt og tydelig fremstilt gjennom artikkelens henvendelselementer – tittel, undertittel, ingress, bilde, bildetekst og faktaramme. Tittelen antyder at artikkelen skal handle om en skribent, mens undertittelen bekrefter at artikkelen omtaler en forfatters debut: «Kjent kritiker romandebuterer». I ingressen presiserer journalisten hvem den kjente kritikeren er, som

«[s]kriver fordi han elsker musikk». Samtidig setter journalisten boken inn i forfatterskapet og introduserer motivet i boken som lanseres:

Den britiske journalisten Norman Lebrecht har skrevet 11 bøker om klassisk musikk – men først nå en roman, «En sang om navn». Et mysterium over 40 år, om et fiolingeni som forsvinner.

Artikkelen er illustrert med et stort bilde av forfatteren, men teksten opptar likevel mest plass. Som i 2004-artikkelen fungerer bildet som subjekt for tittelen – bilde og tittel utgjør en visuellverbal enhet. Bildeteksten signaliserer også hva saken handler om og hvem forfatteren er, samt at den antyder hva Lebrechts kritikerrolle innebærer:

Journalisten og skribenten Norman Lebrecht, en mann som har skaffet seg mange uvenner i den klassiske musikkindustrien, er ute med sin første roman, «En sang om navn», på norsk.

I tillegg finnes det en faktaramme i artikkelen. Denne har en vignett som er merket med forfatterens navn, noe som bidrar til å understreke *hvem* som er avbildet og *hvem* saken handler om. Henvendelselementene besvarer altså *hvem* (Norman Lebrecht) som utgir *hva* (romanen *En sang om navn*), *når* (nå) og *hvor* (i Norge).

Utdypende informasjon

Journalisten bruker spesielt ett avsnitt til utdypende informasjon om boken som lanseres. Avsnittet innledes med mellomtittelen «Idé-roman», og journalisten forteller her hvilken type bok det er snakk om, hvordan tittelen på boken skal tolkes, handlingen i boken, grunnlaget for boken og hva forfatteren vil uttrykke gjennom boken. Journalisten benytter både indirekte og direkte sitering i formidlingen av disse opplysningene:

Lebrechts bok er en psykologisk roman, og kanskje litt en slags ide-roman, innrømmer han ... – Den er om to unge gutter under krigen, og så forti år senere, forteller han. – Den ene er en polsk jødisk flyktning som bor hos den andres familie. Et fiolingeni, men da han endelig skal få opptre i Royal Albert Hall, forsvinner han sporløst. ... Tittelen henspiller på et ritual som jøder i Warszawa-ghettoen tok i bruk for å huske og kunne be for alle de som ble drept. ... Det aller viktigste han har på hjertet er likevel musikkens magi, hva den gjør med oss. – Musikk er det vi husker lengst. ... Dette magiske, hvordan vi forholder oss til musikk vi hører, dette kunne jeg egentlig bare skrive ordentlig om som diktning, smiler Norman Lebrecht.

Innholdet i faktarammen gir også flere opplysninger om forfatteren, hans forfatterskap og den aktuelle boken. Dessuten plasserer journalisten forfatteren i en kontekst – gjennom både brødteksten og faktarammen – idet forfatteren blir presentert som en kritisk kulturjournalist og polemiker som ukentlig krast kommenterer den klassiske musikkbransjen. Brødteksten åpner med en slik beskrivelse av forfatteren, i forlengelsen av forfatterens uttalelse om hvorfor han ikke har skrevet noen roman tidligere:

– Jeg var ikke klar for en roman før nå, måtte virkelig vente, selv om jeg alltid inderlig har ønsket å skrive fiksjon, smiler den 56 år gamle britiske avisjournalisten og polemikeren, som i ukentlige artikler retter bitende kommentarer mot kulturlivet, og særlig mot den ubevegelige verden av klassisk musikk, med sin avdøde

platebransje og sine konserter, som Lebrecht anser for å være så tilstivnet at de skremmer vekk alle unntatt det faste gerontokrati som befolker både konsertsal, podium og orkesterledelse.

Problematisering

I tillegg til presentasjonen av den nye boken gjengir journalisten forfatterens kritiske syn på den klassiske musikkbransjen. Det er disse synspunktene, og i mindre grad boken og utgivelsen, som problematiseres i artikkelen. En årsak til at bokomtalen fremtrer som lite problematiserende, kan være at fremstillingen av romanen og utgivelsen er «enkel» beskrevet, men uten at presentasjonen blir direkte positivt eller negativt ladd. Den «objektive» fremstillingen skyldes at beskrivelsen er preget av faktalignende opplysninger (genre, handling, etc.), og at skildringen ikke inneholder verdiladde adjektiver som kunne ha styrt leserens oppfatning av boken.

Den «enkle» presentasjonen oppstår også fordi det ikke finnes noen gjengitte spørsmål til forfatteren om hans nye bok. Det er imidlertid mulig å lese noen underliggende spørsmål gjennom forfatterens ytringer, og slik viser journalisten implisitt en viss interesse for saken. Etter en skildring av plotet i boken, formulerer journalisten seg for eksempel på en måte som antyder at han trolig har stilt spørsmål om temaet i boken. Det er særlig anføringsordet «bekrefter» som lar et underliggende spørsmål skinne gjennom:

Romanen handler også om jødisk ortodokse, og om minner fra krigen, bekrefter jødiske Lebrechts.

De implisitte spørsmålene til boken synes imidlertid ikke å være av en problematiserende art, noe de underliggende spørsmålene til forfatterens synspunkter om den klassiske musikkindustrien i større grad er. Eksempelvis indikerer journalisten at han har stilt spørsmål hvor han betviler forfatterens påstander:

Harde ord, som han mener han har belegg for.

Kun ett av journalistens spørsmål er direkte gjengitt. Spørsmålet handler om musikk og ikke om den nye boken. Dette bidrar til at journalisten fremstår som mer interessert i forfatterens synspunkter på klassisk musikk enn i boken som lanseres. Musikkinteressen understrekes også av at journalisten bruker omtrent halve artikkelen (som er 803 ord lang) på behandlingen av synet på musikk, noe som oppleves som mindre relevant i lys av at artikkelen henvender seg til leseren som en omtale av en ny bok. For eksempel er det noe unødvendig å presentere forfatterens tanker om fremtiden for klassisk musikk i Norge, som er hva det gjengitte spørsmålet handler om; dette belyser ikke bokutgivelsen. Hvis journalisten hadde satt synspunktene i relasjon til boken – noe han ikke gjør – ville temaet fremstått som mer relevant.

Den eneste gangen synet på klassisk musikk og romanen knyttes sammen, er i overgangen fra omtalen av musikkspynspunktene til beskrivelsen av boken:

Men romanen som nå foreligger er altså noe helt annet, et frikvarter fra polemikken og kampen for å få klassisk musikk til å overleve.

Det finnes relevante momenter i saken som ikke berøres eller følges opp av journalisten, for eksempel hvorfor journalisten måtte vente med å skrive romanen; hva er bakgrunnen for at han nå endelig klarte å skrive den? Ettersom forfatteren har mye skriveerfaring, kunne det også være interessant å vite noe om hvordan skriveprosessen med romanen forløp i forhold til da han forfattet fagbøker om musikk. Dette fraværet av fokus på skriveprosessen eksemplifiserer journalisters mangel på prosessforståelse i møte med kunst og kultur, som Bech-Karlsen omtaler i sin behandling av kulturjournalistikken: «Kulturjournalistikken er for opptatt av kulturproduktene, og for lite orientert mot de prosesser som ligger bak og under» (Bech-Karlsen 1991:51). Ettersom boken blant annet handler om en fiolinist og forfatteren har så sterke meninger om klassisk musikk, kunne det også vært stilt spørsmål om forfatteren har klart å styre unna polemikken i romanen.

Fokus og formidling

Forfatterens kritikerrolle fremtrer som det journalisten finner viktigst å presentere, fordi brødteksten starter og slutter med dette fokuset, samt at både undertittelen og bildeteksten også vinkler på kritikeren, mannen «som har skaffet seg mange uvenner i den klassiske musikkindustrien». Her kan man påpeke at fokuset delvis innebærer en vinkling på konflikt. Dessuten vektlegger journalisten forfatterens «kjendisstatus» gjennom undertittelen. Både «konfliktfokus» og «kjendiseri» er typisk i tabloidjournalistikken, men helheten fremstår likevel ikke som direkte tabloid.

Formidlingen er stort sett klar, korrekt og koherent, men artikkelen har også innslag av vanskeligere ord, tung formidling, (trykk-)feil og mindre vellykkede formuleringer. Første avsnitt i brødteksten består for eksempel av én lang setning, som også inneholder et fremmedord – gerontokrati – noe som gir en tung formidling, og i ingressens siste del dukker det opp en ufullstendig setning. Dessuten virker noen formuleringer delvis anglisert, noe som kan skyldes at kilden er britisk og at journalisten dermed har vært nødt til å oversette forfatterens utsagn. For eksempel oversettes ikke ordet «story», og i gjengivelsen av forfatterens innholdsbeskrivelse brukes formuleringen «Den er om ...» («Den» referer til «story») i stedet for eksempelvis «Historien forteller om ...» eller «Boken handler om ...», som er mer norske måter å formulere seg på. Som i de tidligere omtalte artiklene brytes også leserytmen i denne artikkelen av en

mellomtittel, «Steindød», ettersom åpningsordene i den påfølgende setningen henger sammen med avsnittet like før mellomtittelen.

Mot slutten av artikkelen refereres mange navn i tilknytning til Oslo-Filharmonien. Dette indikerer at journalisten skriver for den generelt kulturinteresserte leseren med noe forkunnskaper, noe som også underbygges idet journalisten gjengir forfatterens karakteristik av boken som en «idéroman», en term som ikke forklares nærmere, samt gjennom bruken av ordet «gerontokrati».

Foreløpig oppsummering

Lanseringsartikkelen fra 2005 – altså i perioden etter at avisen la fullstendig om til tabloidformat – gir en tydelig presentasjon av saken gjennom henvendelseselementene. Disse gir en forventning om at artikkelen skal handle om en forfatter og hans nye bok. Man «skuffes» imidlertid noe i brødteksten, fordi denne handler vel så mye om forfatterens syn på klassisk musikk.

Som det går frem av beskrivelsen over, består henvendelseselementene i artikkelen dessuten av to nye elementer – faktaramme og undertittel – sammenlignet med lanseringsartiklene fra 2003 og 2004. Disse «ekstra» elementene bidrar til en tydeligere henvendelse ettersom journalisten har flere «kanaler» å bruke i henvendelsen. Faktarammen bidrar med utdypende informasjon om både boken og forfatteren, noe som for øvrig også finnes i brødteksten.

Artikkelen er imidlertid ikke utpreget problematiserende, men fremstillingen bærer heller ikke preg av en overdrevet positiv (eller negativ) omtale. Det finnes få siterte spørsmål, men det er mulig å spore implisitte spørsmål, noe som antyder en interesse for saken. Interessen er imidlertid mest sentrert rundt forfatterens synspunkter om klassisk musikk, og mindre på bokutgivelsen. Helhetsinntrykket er likevel en seriøs artikkel hvor journalisten forsøker å presentere en forfatter og hans romandebut. Selv om bildet i artikkelen er stort, er heller ikke dette utpreget tabloid. Det er gitt god plass til teksten (antallet ord i artikkelen er 803), og dermed har journalisten muligheten til å utdype saken, noe han delvis også gjør.

Oppsummering og sammenligning av kvaliteten i artiklene

Som gjennomgangen har vist varierer kvaliteten på artiklene både innenfor et år og mellom årene. Det er heller ingen av tekstene som overensstemmer hundre prosent med genreidealet, selv om noen ligger tett opp til dette. Alle årene, uansett format, finnes det artikler med et

nokså høyt kvalitetsnivå, noe som indikerer at det ikke nødvendigvis er noen sammenheng mellom format og kvalitet, slik Aftenposten uttrykte på lederplass i forbindelse med formatomleggingen 2. januar 2005.

Ser man artiklene fra samme år under ett og sammenligner årene med hverandre, fremstår 2005, altså året etter den fullstendige omleggingen til tabloidformatet, som året med den høyeste kvaliteten på artiklene. Ettersom undersøkelsen av argumentasjons- og kvalitetsnivået i den kvantitative innholdsanalysen viste at andelen artikler med de to høyeste nivåene har økt i perioden 2003–2005 (andelen innen det høyeste nivået har kun økt i meget liten grad), støtter også dette funnet opp under en tendens til at kvaliteten trolig er blitt hevet etter formatendringene. Det er imidlertid noe vanskelig å hevde at det nødvendigvis er formatet som har påvirket denne tendensen, ettersom artiklene fra 2004 også er trykket i tabloidformat og tekstanalysen viste at anmeldelsen fra 2004 var av heller svak kvalitet. En bedre kvalitet kan imidlertid skyldes, som berørt i foregående kapittel, at den fullstendige formatendringen har medført en større bevissthet rundt journalistikken, at omleggingen har initiert en kvalitetsheving idet man har fryktet å bli oppfattet som tabloid (i negativ forstand) med den endelige endringen av avisformatet. Men selv om kvalitetsnivået kan se ut til å ha blitt hevet, er det altså ikke dermed sagt at kvaliteten er av aller beste sort. Som analysen viste, finnes det også mangler i 2005-artiklene.

Formatendringen har imidlertid ikke medført noen markerte tegn til tabloidisering; for eksempel kunne man i anmeldelsene forvente en grafisk presentasjon av anmelderens vurdering i form av en terning eller lignende, noe som altså ikke benyttes. Siden tabloidisering forbindes med økt personfokus og mer visuelle elementer, kunne man også forvente et bilde av forfatteren i anmeldelsene. Analysen antyder imidlertid at det heller ikke er vanlig med et slikt bilde i kritikkene. Den visuelle utformingen holder seg nokså stabil, og anmeldelsene inneholder dermed stort sett de samme visuelle elementene alle årene: Et lite bilde av boken og en faktaramme. Anmeldelsen i 2005 inneholder imidlertid også et fremhevet sitat, noe som gir et ekstra henvendelselement sammenlignet med de to foregående årene.

Om lanseringsartiklene skulle vise noen tegn til tabloidisering i sin visuelle presentasjon, kunne man forvente større bilder og titler. Også flere titler, både under og over hovedtittelen, er nokså vanlig i tabloidjournalistikken. Dessuten er det nokså tabloid å la titlene gå inn i eller stå på bildene, samt å markere deler av brødteksten med fet font, særlig i intervju. Man benytter også i større grad grafiske elementer i tabloidjournalistikken. I lanseringsartikkelen fra 2005 benyttes en undertittel og en faktaramme, og bildene er også blitt større i 2004 og 2005. Slik sett

finner man altså noen elementer man kunne knytte til en tabloidisering. Men samtidig bidrar endringen i det visuelle uttrykket til en tydeligere henvendelse, og dermed er det også mulig å oppfatte endringen som mer en modernisering enn en direkte tabloidisering, også fordi elementene ikke oppfattes som utpreget tabloide.

Anmeldelsene fokuserer på saken (boken), mens lanseringsartiklene i større grad også er personfokuserte. Vinklingen underbygges av bildenes innhold – anmeldelsenes bilder viser frem bøker, mens lanseringsartiklenes bilder fremstiller forfattere. I 2003 er lanseringsartikkelen delvis konflikt- og kjendisfokuseret, og en utdypende presentasjon av boken vektlegges i liten grad. Lanseringsartiklene fra 2004 og 2005 gir derimot en del informasjon om bøkene, men artiklene vinkler også på forfatteren. En utpreget og dominerende tabloid personfokusering er imidlertid ikke til stede i de siste årenes artikler.

Om man skal hevde noen utviklingstrekk, antyder de gjennomgåtte artiklene at formidlingen blir noe tydeligere, blant annet gjennom tilførselen av faktaramme og underoverskrift i lanseringsartikkelen fra 2005 og et fremhevet sitat i anmeldelsen fra 2005, samt generelt gjennom et bedre språk. At uttrykket er tydeligere, skyldes også at tabloidformatet stort sett innholder færre saker per side, noe som gir en mer oversiktlig presentasjon.

Tabloidisering kan som tidligere nevnt innebære en presentasjon hvor journalisten tar i bruk et mer muntlig eller «folkelig» språk. Men både anmeldelsen og lanseringsartikkelen fra 2005, samt anmeldelsen fra 2003, inneholder elementer og språkbruk som grenser til en elitær formidling. Det er altså vanskelig å peke på utviklingstrekk som innebærer en tydelig tabloidisering av formidlingen. Ettersom studien viser at Aftenposten iblant tar i bruk fremmedord og andre mindre vanlige ord og elementer i sin formidling, bygger denne studien dermed også opp under konklusjonen i Strands undersøkelse av språkbruken i VG og Aftenposten: Aftenposten krever mer av sine lesere enn VG. Aftenposten forventer at leserne har større ordforråd enn hva VG ser ut til å vente av sine lesere (Strand 2003:21).

6. Oppsummering og konklusjon

Denne undersøkelsen har handlet om kulturjournalistikken og hvordan denne påvirkes av formatendringer, belyst gjennom en studie av litteraturformidlingen i Aftenpostens morgenutgave. Hensikten har vært å finne ut *hvilke* endringer som gjør seg gjeldende i innholdet når aviser skifter format og *hvordan* dette slår ut på formidlingen. Utgangspunktet for undersøkelsen var en hypotese om at formatendringer vil medføre endringer i innholdet, noe som skjedde i Dagbladet da denne avisen la om formatet i 1983 (Klausen 1986, Aas 1987). Hypotesen er også basert på en uttalelse av Lena Samuelsson, sjefredaktør i Svenska Dagbladet, om at avisene må forandre innholdet når de skifter format (Samuelsson ifølge Høgenhaug 2004).

I et forsøk på å finne ut om hypotesen gjelder Aftenposten og hvilke endringer som da eventuelt inntreffer ved omleggingen av avisformatet, har jeg studert – både kvantitativt og kvalitativt – ulike faktorer ved innholdet i Aftenposten på forskjellige tidspunkter hvor avisen har operert med ulike formater. Studien har vært avgrenset til artiklene som tar for seg bokbransje- og litteraturstoffet på kultursidene i Aftenpostens morgenutgave.

Et gjennomgangstema har vært å finne ut om det eksisterer en tabloidisering i avisen, slik mange hevder er tilfellet i dagens medier og journalistikk. Man henter ofte frem tabloidiseringspåstandene når aviser endrer format – fra fullformat til tabloidformat – ettersom mange assosierer tabloidiseringen (noe feilaktig) med tabloidformatet. Resultatet av slike sammenkoblinger blir gjerne en hypotese om forfall i den journalistiske standarden.

Studien har vist at innholdet i Aftenposten er endret etter formatomleggingene. Funn i analysen angir også at det finnes utviklingstrekk som ligner tabloidiseringstendenser, som økende visualisering og personfokusering samt vektlegging av «lettere» stofftyper. Men samtidig er trekkene nokså beskjedne. Det er eksempelvis fremdeles den saksfokuserte vinklingen man finner i flest artikler, selv om det er blitt flere artikler som også vinkler på person. Aftenposten bruker heller ikke spesielt mange flere illustrerte artikler etter den endelige formatomleggingen i 2005, men illustrasjonene opptar litt mer plass enn tidligere. Siden formatet er redusert samtidig som illustrasjonene har fått litt mer plass, virker kanskje plassøkningen litt sterkere enn den i realiteten er.

Det må også påpekes at av hensyn til nødvendige avgrensninger i denne studien, har jeg ikke notert hvordan og i hvor stor grad Aftenposten bruker farger, rammer og lignende, altså elementer som også medvirker i den visuelle utformingen. En undersøkelse av slike elementer

kunne derfor være interessant. Den kvalitative studien antyder imidlertid at det er blitt litt flere slike elementer; for eksempel rommer den analyserte lanseringsartikkelen fra 2005 en faktaramme, noe lanseringsartiklene fra de to foregående årene ikke har, og kritikken som ble gjennomgått fra 2005, inneholder et fremhevet sitat. Dessuten har lanseringsartikkelen fra 2005 også en undertittel, og foran denne finnes en punktmarkering med plommerød farge. Men mer markante tabloidiseringstrekk som for eksempel terningkast eller lignende visuelle vurderingsskalaer, er fraværende i kritikkene alle årene. Heller ikke bilder av forfatterne forekommer i kritikkene som ble analysert kvalitativt.

Visuelle elementer og personfokusering er virkemidler man kan benytte for å gjøre formidlingen tydeligere og mer tilgjengelig. I lys av at disse utviklingstrekkene fremstår som såpass svake i Aftenposten etter formatendringene, er det derfor trolig mer hensiktsmessig å snakke om en modernisering eller nødvendig revidering av innholdet og presentasjonen enn en tabloidisering. En slik tolkning samsvarer også med Høsts moderniseringshypotese, hvor utviklingen og endringene ikke anses som tegn på tabloidisering, men heller knyttes til et ønske om å skape et mer leservennlig produkt gjennom en effektiv, visuell kommunikasjon (Høst 2003:80ff).

Litteratur er en av kunstartene kulturjournalistikken tradisjonelt har vært opptatt av, og litteratur betegnes ofte som et høykulturelt fenomen. Ettersom tabloidisering kan innebære en utvikling mot større vekt på kommersiell populærkultur, kunne man forvente en reduksjon i deknningen av stoff om litteratur og bokbransjen. Men økningen i antallet artikler, samt tendensen til flere større og færre mindre artikler, viser at Aftenposten bruker litt mer plass på litteratur etter formatomleggingen i 2005. Et slikt funn tilsier en prioritering av litteraturstoffet, noe også veksten i førstesidehenvisningene markerer. Man må imidlertid være oppmerksom på at denne studien ikke har undersøkt hvor stor andel litteraturstoffet utgjør i forhold til andre stofftyper, og funnene sier dermed ingenting om hvordan litteraturstoffet vektlegges sammenlignet med annet stoff på kultursidene.

Når det gjelder *hva* litteraturdekningen rommer, viser studien en utvikling mot mer omtale av epikk, spesielt romaner, trolig på bekostning av sakprosa. Aftenposten legger generelt stor vekt på skjønnlitteratur alle årene, og det er også blitt litt mer av denne typen stoff i 2005. Ettersom skjønnlitteratur og romaner kan anses som «lettere» stofftyper enn sakprosa og faglitteratur, og en tabloidisering nettopp innebærer en utvikling mot vekt på «lettere» stoff, viser studien et slikt utviklingstrekk.

Men Aftenposten vier samtidig fremdeles liten eller ingen oppmerksomhet til mer typisk «lett» underholdningslitteratur som triviallitteratur, tegneserier, krim- og spenningsbøker og science fiction, noe som indikerer at avisen ønsker å beholde et visst «seriøst» preg, at redaksjonen ikke vil bli for underholdningsorientert i sin litteraturdekning. Romangenren rommer også veldig mye forskjellig litteratur, alt fra lettleste bøker til de tyngre og komplekse fortellingene. Ettersom det går langt ut over denne studiens rammer å kartlegge og vurdere innholdet i romanene som omtales, er det derfor vanskelig å konkludere med at den sterke prioriteringen av romangenren og skjønnlitteratur innebærer en markant utvikling mot «letterene» stoff, også fordi man må ta hensyn til *hvordan* stoffet presenteres. Det kunne imidlertid være interessant å undersøke hvilke bøker som omtales i en ny studie.

Samtidig blir heller ikke «tyngre» og «smalere» litteratur som barne- og ungdomslitteratur, lyrikk og drama tildelt særlig oppmerksomhet på Aftenpostens kultursider. Stoffprioriteringen tyder slik sett på at Aftenposten ønsker å nå bredt ut, fordi romaner og skjønnlitteratur kan anses som tilgjengelig litteratur. Tilgjengeligheten underbygges også av funnene i argumentasjons- og kvalitetsnivået, samt i henvendelsesformen. Til tross for at argumentasjons- og kvalitetsnivået generelt er hevet, er det sjelden å finne artikler med en analytisk tilnærming, som krever litt mer av leseren enn de to nivåene som dominerer fremstillingene – altså de noe vurderende eller informerende og forbrukerorienterte artiklene. Dette antyder at Aftenposten henvender seg til «den vanlige mannen i gata», noe også dominansen av en nøytral og subjektiv henvendelsesform bidrar til.

Tegn på tabloidisering i henvendelsesformen ville gitt en økning innen den muntlige eller personlige henvendelsen, mens man kunne forventet flere artikler med en elitær henvendelsesform om utviklingen gikk i motsatt retning. Dessuten knyttes tabloidisering og forfall gjerne til påstander om en økende markedsretting og forbrukerorientering i journalistikken, men nivåhevingen innen argumentasjons- og kvalitetsnivået angir at det motsatte er tilfellet i Aftenposten: Artiklene er blitt mindre forbrukerorienterte. Utviklingen innebærer altså at artiklene gir mer forklaring og informasjon om sakene de omtaler, noe som bidrar til en tydeligere formidling. Nivåhevingen samt funnet av hyppigere henvisninger til kilder, bygger dermed opp under et signal om at Aftenposten tar litteraturen mer på alvor etter formatendringene.

Seriøsiteten viser seg også i bruken av de journalistiske genrene. Økningen innen nyhets- og kommentarstoffet, samt at andelen kritikker holder seg (nokså) stabilt høy, indikerer at Aftenposten tar samfunnsrollen på alvor, iallfall når det gjelder det kulturjournalistiske feltet

som er undersøkt i foreliggende oppgave; Aftenposten informerer, kritiserer og bidrar til debatt. Nedgangen i notisene viser at det ikke er blitt mer småstoff, noe som strider med en tabloidisering, ettersom man gjerne forbinder småstoff og kortfattet journalistikk med tabloidjournalistikk. Men samtidig har lanseringsartiklene fått mer plass, og en slik utvikling blir gjerne ansett som et forfallstrekk i journalistikken. Andelen lanseringsartikler er imidlertid ikke økt selv om artiklene er blitt større, og dermed blir det også problematisk å hevde en markant vekst for denne genren. Lanseringsstoffet har sannsynligvis heller ikke vokst på bekostning av det man kan omtale som de mer «tradisjonelle» eller «kritiske» journalistiske genrene, siden andelen nyheter og kommentarer har økt.

Omleggingen i formatet har heller ikke gitt et kvalitetsforfall, noe den kvalitative tekstanalysen indikerer. Tekstanalysen viser at kvaliteten på artiklene er best i 2005, etter den fullstendige formatomleggingen, noe som må ses i sammenheng med hevingen av argumentasjons- og kvalitetsnivået. Kvaliteten på artiklene varierer imidlertid både innen og mellom årene, og ingen av artiklene stemmer hundre prosent overens med genreidealet. Totalt sett fremstår likevel 2005 som året med artiklene av den høyeste kvaliteten.

En årsak til at kvaliteten er bedret, kan være en frykt for å bli oppfattet som tabloid i negativ forstand ved den endelige omleggingen til tabloidformatet, samt at journalistene er blitt oppfordret til å skrive mer poengtert og konsist i forbindelse med tabloidomleggingen. Endringene har gitt en klarere formidling, noe som blant annet også skyldes endringer i det visuelle uttrykket, som tilførselen av faktaramme og undertittel i lanseringsartikkelen. Dessuten er språket blitt mer korrekt. En tydeligere formidling henger også sammen med tabloidestetikken; færre saker per side gir en mer oversiktlig presentasjon og derigjennom økt leservennlighet.

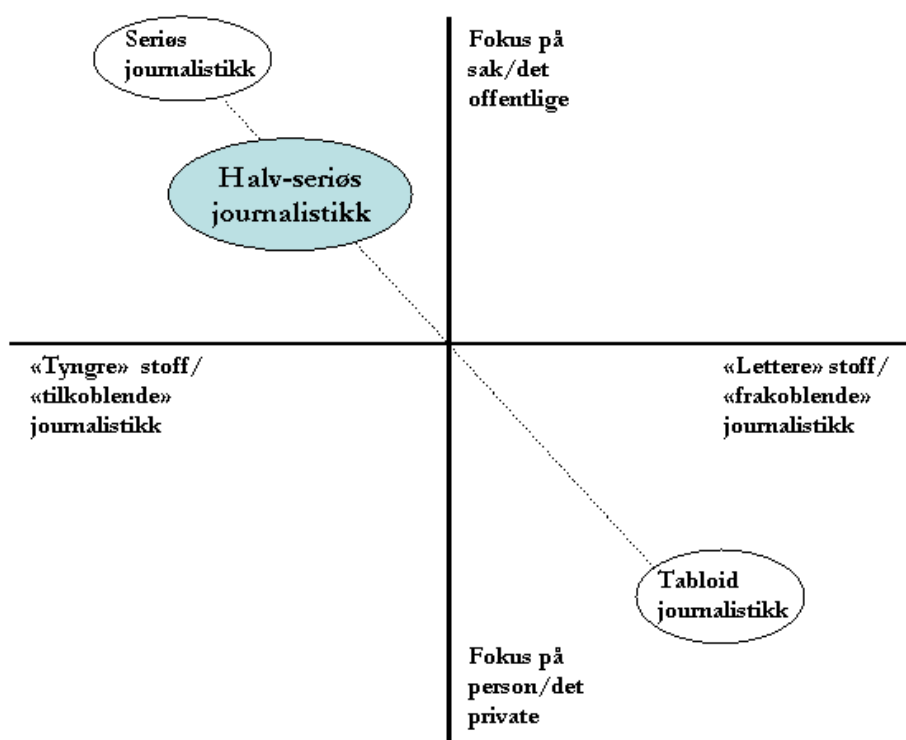
Selv om man finner endringer både i stoff- og temaprioriteringene og i presentasjonsformen, som større vekt på «lettere» stoff, flere visuelle elementer og økt personfokusering, er det altså vanskelig å hevde at litteraturformidlingen i Aftenposten er tabloidisert eller at kvaliteten er forringet etter omleggingen til tabloidformatet. Undersøkelsen finner ingen entydige tabloidiseringstrekk, og flere av funnene strider også med hva en tabloidisering skulle innebære. Av den grunn kan man hevde at Aftenposten fremdeles er en «kilde til kunnskap» om litteratur, om enn ikke en kilde til «analyse», som avisen ytret et ønske om ved den endelige formatomleggingen (Leder, Aftenposten, 2. januar 2005).

Om man så skal vende tilbake til tabloidiseringsmodellen som ble presentert i kapittel 3, og plassere Aftenposten i henhold til de to kryssende aksene som til sammen viser graden av

tabloidisering, vil avisen havne i en av mellomposisjonene. Aftenpostens litteraturformidling kan nemlig ikke karakteriseres som gjennomgående seriøs eller tabloid, fordi den verken utelukkende fokuserer på saken og «tunge» stofftyper, eller på personer/det private og «lett» stoff. Den journalistiske kvaliteten er heller ikke identisk med idealet eller dets motsetning, selv om kvaliteten iblant ligger tett opp til idealet. Av den grunn må avisen trolig plasseres nærmere den seriøse avistypen enn den tabloide, det vil si innen den halv-seriøse kategorien.

Den halv-seriøse avistypen fokuserer i stor grad på «tyngre» stoff, men gir også i økende grad «lettere» stofftyper oppmerksomhet, noe foreliggende studie har vist gjelder Aftenposten. I tillegg vektlegger den halv-seriøse avistypen også i økende grad visuelle elementer i presentasjonen, noe som også er gyldig for utviklingen i Aftenpostens litteraturdekning.

Figur 2. Tabloidiseringsgrad i Aftenposten



I Storbritannia har man tatt i bruk begrepet «broadloid» når man referer til de tidligere seriøse fullformatsavisene – blant annet Times og Independent – som i løpet av de siste årene har lagt om til tabloidformatet. Også resultatet av Aftenpostens omlegging til tabloidformatet kan karakteriseres gjennom et slikt begrep. Kombinasjonen av «etterfølgeren» Aftenposten og tabloidformatet har resultert i en «broadloid» – en nokså seriøs avis i tabloidformat.

I lys av at foreliggende studie ikke viser spesielt mange markerte endringer og utviklingstrekk etter formatomleggingen, kan man spørre om dette kanskje skyldes at både perioden og utvalget som er studert er nokså begrenset (noe som blant annet skyldes nødvendige avgrensninger av hensyn til masteroppgavens omfang). Særlig i den kvalitative delen av analysen er utvalget lite, noe som svekker grunnlaget for endelige konklusjoner. De seks artiklene som ble gjennomgått i den kvalitative tekstanalysen, er imidlertid trukket ut i henhold til prinsippet om at de skal være representative innen sin genre og i henhold til funnene i den kvantitative analysen. Av den grunn bør også resultatet kunne karakteriseres som representativt.

De fire store regionavisene samt Sunnmørsposten utgjør fem av seks gjenværende fullformataviser i Norge som i løpet av 2006 vil gå over til det mindre tabloidformatet. Ettersom omfanget av den foreliggende studien er nokså begrenset, kunne det være interessant og undersøkt omleggingen av disse gjenværende fullformatavisenes i lys av Aftenpostens omlegging. En slik mer omfattende studie ville kunne gi et mer reliabelt resultat med hensyn til hvordan en formatendring påvirker den journalistiske formidlingen av innholdet. Oppfordringen er herved levert!

Litteratur

- Aftenposten (2006, 13. januar) *Wikipedia* [Online] Tilgjengelig: <http://no.wikipedia.org/wiki/Aftenposten> [2006, 29. januar]
- Aftenposten.no (udatert) «Om Aftenposten» [Online] Tilgjengelig: <http://www.aftenposten.no/radar/aftenposten> [2006, 21. januar]
- Aviskatalogen (udatert) [Online] Tilgjengelig: <http://www.aviskatalogen.no> [2006, 10. januar]
- Allern, Sigurd (1992) *Kildens makt: ytringsfrihetens politiske økonomi*. Oslo: Pax.
- Allern, Sigurd (1997) *Når kildene byr opp til dans*. Oslo: Pax.
- Allern, Sigurd (2001) *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Andersen, Per Thomas (1987) «Kritikk og kriterier» i *Vinduet*, nr. 3. Oslo: Gyldendal, s. 17–25.
- Andreassen, Trond ([1992]2000) «Litteraturkritikken» i Andreassen, Trond: *Bok-Norge. En litteratursosiologisk undersøkelse*. Oslo: Universitetsforlaget, s. 405–428.
- Bech-Karlsen, Jo (1991) *Kulturjournalistikk. Avkobling eller tilkobling?* Oslo: Universitetsforlaget.
- Bergström, Göran & Kristina Boréus (2000) *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Bjerck Hagen, Erik (2004) *Litteraturkritikk. En introduksjon*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Bunce, Dick (1997, April) *A vision for Pacifica Radio: Creating a network for the 21st century. Strategic five year plan* [Online] Tilgjengelig: <http://www.pacifica.org/board/docs/avision.html> [2005, 10. august]
- Cappelen, Magnus (2004) *Platepushing og kritikk – en tekstanalyse av musikkjournalistikk i dagspressen*. Hovedoppgave i medievitenskap, Universitetet i Oslo.
- Connell, Ian (1998) «Mistaken identities: Tabloid and broadsheet news discourse» i *Javnost – The Public*. Vol. 5, nr. 3. Ljubljana: European Institute for Communication and Culture (Euricom), s. 11–31.
- Dahl, Hans Fredrik (1998) «Infotainment – en universell medietrend?» i Høyer, Rolf (red.) *Det trykte ord – likhet for loven? Om konkurranse situasjonen mellom aviser og ukeblader*. Bergen: Fagbokforlaget, s. 97–118.
- Den Norske Bokhandlerforening (udatert) «Boklista» [Online] Tilgjengelig: <http://www.bokhandlerforeningen.no/Bestselgerlisten> [2006, 21. januar]

- Djupsund, Göran & Tom Carlson (1998)** «Trivial stories and fancy pictures? Tabloidization tendencies in Finnish and Swedish regional and national newspapers 1982–1997» i *Nordicom Review*. Vol. 19, nr. 1, Göteborg: Nordicom, s. 101–114.
- Eide, Martin (1997)** «A new kind of newspaper? Understanding a popularization process» i *Media, Culture & Society*. Vol. 19, London: Sage Publications, s. 173–182.
- Ekström, Mats & Larsåke Larsson (2000)** «Kvantitativ innhållsanalys» i Ekström, Mats & Larsåke Larsson (red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur, s. 111–139.
- Esser, Frank (1999)** «‘Tabloidization’ of news. A comparative analysis of Anglo-American and German press journalism» i *European Journal of Communication*. Vol. 14, nr. 3, London: Sage Publications, s. 291–324.
- Gram, Trond (2004a, 23. mars)** «Aftenposten blir tabloid» i *Propaganda* [Online] Tilgjengelig: <http://www.propaganda-as.no/php/art.php?id=101890> [2006, 20. januar]
- Gram, Trond (2004b, 24. mars)** «Leserne liker mindre aviser» i *Propaganda* [Online] Tilgjengelig: <http://www.propaganda-as.no/emneomrader/media/leserne+liker+mindre+aviser/art101900.html> [2006, 20. januar]
- Granaas, Anne Britt (1995)** *Bokbøsten i tabloid. En analyse av bokstoffet i Dagbladet og VG høsten 1993*. Hovedoppgave i medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Gripsrud, Jostein (2002)** «Tabloid og tablokk: Om god og dårlig tabloidisering» i Eide, Martin (red.) *Skråblikk. Medievitenskapelige formidlingsfrukter*. Publikasjon nr. 51. Bergen: Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen, s. 81–91.
- Gundersen, Dag m. fl. (red.) (1995)** *Håndbok i norske Skriveregler, grammatikk og språklige råd fra a til å*. Oslo: Kunnskapsforlaget.
- Hillesund, Terje (1994)** *Står det noe nytt? Innføring i analyse av aviser og nyheter*. Fredrikstad: Institutt for journalistikk.
- Høgenhaug, Marte (2004, 1. april)** «Schibsted-redaktør: - Størrelse forandrer journalistikken» i *Propaganda* [Online] Tilgjengelig: <http://www.propaganda-as.no/php/art.php?id=102264> [2006, 20. januar]
- Høidahl, Gunnar (1996, 14. mars)** «Farvel til det tabloide?» i *Dagbladet* [Online] Tilgjengelig: <http://www.dagbladet.no/kronikker/960314-kro-1.html> [2005, 10. august]
- Høst, Sigurd ([1987]2003)** «Løssalgsvest og markedsdeling. Endringer i den norske avisstrukturen i 70- og 80-årene» i Høst, Sigurd: *Avislandskapets utvikling. Studier av*

- avismonster, utviklingslinjer og lesevaner 1985–2001*. IJ-rapport nr. 1. Fredrikstad: Institutt for journalistikk, s. 39–65.
- Høst, Sigurd (2003)** «Tabloidisering av dagspressen? Om overgangen til tabloidformat og offsettrykking blant norske aviser» i Høst, Sigurd: *Avislandskapetets utvikling. Studier av avismonster, utviklingslinjer og lesevaner 1985–2001*. IJ-rapport nr. 1. Fredrikstad: Institutt for journalistikk, s. 67–83.
- Høst, Sigurd (2004)** *Avisåret 2003. Farvel til fullformatet?* IJ-rapport nr. 2. Fredrikstad: Institutt for journalistikk.
- Høst, Sigurd (2005a)** *Avisåret 2004. Opplagsnedgangen fortsetter*. IJ-rapport nr. 1. Fredrikstad: Institutt for journalistikk.
- Høst, Sigurd (2005b)** «Aftenposten» i Høst, Sigurd: *Det lokale avismonsteret. Dekningsområder, mangfold og konkurranse 1972-2002*. Rapport nr. 3. Fredrikstad: Institutt for journalistikk, s. 65–73.
- Javnost – The Public (1998)** Vol. 5, nr. 3, «Tabloidization and the Media». Ljubljana: European Institute for Communication and Culture (Euricom).
- Jørgensen, John Chr. (1991)** *Kultur i avisen. En grundbog i kulturjournalistik*. København: Gyldendal.
- Khattak, James (2005)** *The bottom line of broadsheet-to-compact format change. Why do it, how to deal with advertising, how consumers react*. Dallas: The International Newspaper Marketing Association (INMA).
- Klausen, Arne Martin (1986)** *Med Dagbladet til tabloid. En studie i dilemmaet «børs og katedral»*. Oslo: Gyldendal.
- Knapskog, Karl (2001)** «Historiske liner» i Knapskog, Karl & Leif Ove Larsen (red.) *Kulturjournalistikk. Rapport til SKUP-konferansen 23.-25.mars 2001 i Tromsø*. Oslo: Norsk Journalistlag, s. 5–12.
- Knapskog, Karl & Leif Ove Larsen (red.) (2001)** *Kulturjournalistikk. Rapport til SKUP-konferansen 23.-25.mars 2001 i Tromsø*. Oslo: Norsk Journalistlag.
- Larsen, Peter (1999)** «Medier og tekster» i Larsen, Peter & Liv Hausken (red.) *Medier – tekstteori og tekstanalyse*. Bind 2, Medievitenskap. Bergen: Fagbokforlaget, s. 15–30.
- Larsen, Leif Ove (2001)** «I den gode saks tjeneste. Kultur i Dagbladet i 1960 og 2001» i Knapskog, Karl & Leif Ove Larsen (red.) *Kulturjournalistikk. Rapport til SKUP-konferansen 23.-25.mars 2001 i Tromsø*. Oslo: Norsk Journalistlag, s. 13–21.
- Leder (2005, 2. januar)** «Tradisjon og fornyelse» i *Aftenposten*, Kultur (del 2), s. 2.

- Linneberg, Arild ([1992]1994)** «Kritikkens narrekappe» i Linneberg, Arild m.fl. (red) *Bastardforsøk*. Oslo: Gyldendal, s. 101–111.
- Lohne, Ingrid (2005)** «Hele landet i tabloid om mindre enn et år» i *Dagens Medier*, nr. 13. Oslo: Mediebedriftenes landsforening, s. 14.
- Lund, Cecilie Wright (2000)** *Kritikkens rom – rom for kritikk? Kulturstoffets rolle i dagspressen*. Rapport nr. 21. Oslo: Norsk kulturråd.
- Lund, Cecilie Wright (2005)** *Kritikk og kommers. Kulturdekningen i skandinaviske dagspresse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Lundgren, Kristina m. fl. (1999)** *Nyheter – att läsa tidningstext*. Stockholm: Ordfront förlag.
- MacLachlan, Shelley & Peter Golding (2000)** «Tabloidization in the British press: A quantitative investigation into changes in British newspapers, 1952–1997» i Sparks, Colin & John Tulloch (red.) *Tabloid tales: Global debates over media standards*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield, s. 75–90.
- Macdonald, Myra (2000)** «Rethinking personalization in current affairs journalism» i Sparks, Colin & John Tulloch (red.) *Tabloid tales: Global debates over media standards*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield, s. 251–266.
- Nerman, Bengt (1973)** *Massmedieretorik*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Nilsson, Stig (2003)** *Avis frå A til Å*. Oslo: Samlaget.
- Notis (2005)** «Le Figaro har krympet» i *Dagens Medier*, nr. 11. Oslo: Mediebedriftenes Landsforening, s. 5.
- Opstad, Gunvald (1991)** *Den besværlige kulturen*. Fredrikstad: Institutt for journalistikk.
- Ottosen, Rune m.fl. (2002)** *Norsk pressehistorie*. Oslo: Samlaget.
- Roppen, Johann (1991)** *Kva står i avisa? : ein innhaldsanalyse av eit utval norske lokalaviser*. Rapport, Møreforskning. Volda: Senter for kommunalforskning.
- Schibsted Trykk (udatert)** «Tekniske spesifikasjoner» [Online] Tilgjengelig: www.strykk.no [2006, 20. januar]
- Simonsen, Sten (2004)** *Filmformidling og tabloidisering – en studie av tabloidiseringens innvirkning på filmformidlingen i de fire største norske avisene*. Hovedoppgave i filmvitenskap, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Trondheim.
- Sparks, Colin & John Tulloch (red.) (2000)** *Tabloid tales: Global debates over media standards*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.

- Sparks, Colin (2000)** «Introduction. The panic over tabloid news» i Sparks, Colin & John Tulloch (red.) *Tabloid tales: Global debates over media standards*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield, s. 1–40.
- Strand, Hilde Kristin (2003)** *Kva krev dei av lesarane sine? Om språket i VG og Aftenposten*. Semesteroppgave i medievitenskap 3, Høgskolen i Volda.
- Svedjedal, Johan (1998)** «Kritiska tankar. Om litteraturkritiken och det litterära systemet» i *Tidsskrift för litteraturvetenskap*, nr. 1. Lund: Tidsskrift för litteraturvetenskap, s. 49–61.
- Sørbø, Jan Inge (1991)** *Offentleg samtale: presse-etiske grunnspørsmål*. Oslo: Samlaget.
- Tabloidavis (udatert)** *Caplex nettleksikon* [Online] Tilgjengelig: <http://www.caplex.no/web/ArticleView.aspx?id=9335154> [2006, 26. januar]
- Tekstreklameplakaten ([1925] 2002)** Vedlegg til Vær Varsom-plakaten. Første gang vedtatt av Norsk Presseforbunds hovedstyre i 1925, senere revidert i 1933, 1939, 1957, 1966, 1976, 1998 og 2002. [Online] Tilgjengelig: <http://www.presse.no/tekstreklame.asp> [2006, 21. januar]
- Tjønneland, Eivind (2001)** «Kjærlighetshatet til norsk kulturjournalistikk» i *Prosa*, nr. 1. Oslo: Norsk faglitterær forfatter- og oversetterforening, s. 6–11.
- Uribe, Rodrigo & Barrie Gunter (2004)** «Research note: The tabloidization of British tabloids» i *European Journal of Communication*. Vol. 19, nr. 3. London: Sage Publications, s. 387–402.
- Velure, Mette (1990)** *Tabloidisert informasjon? En analyse av reportasjegenren i Stavanger Aftenblad*. Hovedfagsavhandling i nordisk, Universitetet i Bergen.
- Vær Varsom-plakaten ([1936]2001)** Etiske normer for pressen (trykt presse, radio, fjernsyn og nettpublikasjoner). Første gang vedtatt av Norsk Presseforbund i 1936, senere revidert i 1956, 1966, 1975, 1987, 1989, 1990, 1994, 2001 og 2005 [Online] Tilgjengelig: <http://www.presse.no/varsom.asp> [2006, 20. januar]
- Waldahl, Ragnar ([1989]1998)** *Mediepåvirkning*. Oslo: Gyldendal.
- Örnebring, Henrik & Anna Maria Jönsson (2004)** «Tabloid journalism and the public sphere: A historical perspective on tabloid journalism» i *Journalism Studies*. Vol. 5, nr. 3. London: Routledge Journals, Taylor & Francis, s. 283–295.
- Østbye, Helge m. fl. (1997)** *Metodebok for mediefag*. Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget.
- Østlyngen, Trine & Turid Øvrebø (1998)** *Journalistikk. Metode og fag*. Oslo: Ad notam Gyldendal.

Åmås, Knut Olav (2002) «Ti teser for en kritisk kulturjournalistikk», leder i *Samtiden*, nr. 2
[Online] Tilgjengelig: http://www.samtiden.no/02_2/art1.html [2006, 20. januar]

Aas, Harald (1987) *Kommersialisering og medievridning i Dagbladet. En innholdsanalyse med spesiell vekt på overgangen til tabloid*. Hovedoppgave i statsvitenskap, Universitetet i Oslo.

Åserud, Rikke (2004) *Én til mor og én til far. En undersøkelse av Aftenposten etter omleggingen til halvtabloid*. Semesteroppgave i journalistikk. Høgskolen i Oslo.

Vedlegg

Kodebok

V1 Eksemplarer

Verdier:

1	mandag 10.03.03	15	mandag 02.02.04	29	mandag 23.05.05
2	tirsdag 25.02.03	16	tirsdag 09.03.04	30	tirsdag 08.02.05
3	onsdag 07.05.03	17	onsdag 18.02.04	31	onsdag 25.05.05
4	torsdag 27.03.03	18	torsdag 12.02.04	32	torsdag 28.04.05
5	fredag 21.03.03	19	fredag 06.02.04	33	fredag 25.02.05
6	lørdag 01.03.03	20	lørdag 28.02.04	34	lørdag 19.02.05
7	søndag 23.03.03	21	søndag 25.04.04	35	søndag 29.05.05
8	mandag 19.05.03	22	mandag 19.04.04	36	mandag 28.02.05
9	tirsdag 11.02.03	23	tirsdag 04.05.04	37	tirsdag 19.04.05
10	onsdag 05.03.03	24	onsdag 21.04.04	38	onsdag 06.04.05
11	torsdag 06.02.03	25	torsdag 19.02.04	39	torsdag 10.02.05
12	fredag 07.03.03	26	fredag 26.03.04	40	fredag 11.03.05
13	lørdag 24.05.03	27	lørdag 08.05.04	41	lørdag 05.03.05
14	søndag 23.02.03	28	søndag 21.03.04	42	søndag 10.04.05

Kommentar: Utvalget består av to konstruerte uker fra hvert av årene 2003, 2004 og 2005. I alt inneholder utvalget seks uker, der hver ukedag er representert med to aviseksemplarer fra hvert av de tre årene. Utvalgsukene er tilfeldig trukket fra månedene februar, mars, april og mai i alle årene, bortsett fra uker hvor avisene ikke kommer ut alle dagene grunnet høytidsdager og lignende, samt i uken like før påske, for å unngå en overvekt av «påskekrim».

V2 Sidenummer

Kommentar: Hvis en artikkel går over flere sider, registreres den siden artikkelen startet på.

V3 Artikkelnummer

Kommentar: Hver artikkel får et nummer i kronologisk rekkefølge etter hvert som artiklene kodes. Den siste artikkelens nummer angir dermed antallet artikler som er gjennomgått totalt. Noen artikler kan inneholde én hovedsak med én eller flere undersaker. Så lenge sakene har egne titler og fremstår som meningsfulle uavhengig av hverandre – det betyr at de ulike oppslagene kan stå på hver sine sider i avisen og leses uavhengig av hverandre – regnes de som flere enheter. Ellers regnes de som én artikkelenhet.

V4 Artikkelens tittel

Kommentar: Her kodes hovedtittelen på artikkelen.

V5 Artikkelstørrelse

Verdier:

- | | |
|---|-------------|
| 1 | Svært stor |
| 2 | Stor |
| 3 | Mellomstor |
| 4 | Liten |
| 5 | Svært liten |

Kommentar:

- 1) Svært stor gjelder artikler som går over en hel tabloidside eller mer.
- 2) Stor er artikler tilsvarende $\frac{3}{4}$ tabloidside eller større, men som samtidig er mindre enn en hel tabloidside.
- 3) Mellomstor artikkel er artikler som er under en $\frac{3}{4}$ tabloidside og større enn $\frac{1}{4}$ tabloidside.
- 4) Liten artikkel kodes når artikkelen er $\frac{1}{4}$ tabloidside eller mindre, men større enn 60 cm².
- 5) Svært liten gjelder artikler som er 60 cm² eller mindre.

Målene innbefatter luft; tittel, ingress, brødtekst, illustrasjoner, etc., måles altså ikke hver for seg, for så å summeres. I stedet måles det totale arealet (høyde x bredde) som artikkelen opptar av avissidens flate. Kategoriseringen er basert på målene Schibsted Trykk operer med: En tabloidside er 40 cm x 28 cm, og en fullformatside det dobbelte, 56 cm x 40 cm. En fullformatside regnes altså som to tabloidsider.

V6 Bruk av illustrasjon

Verdier:

- 1 Artikkel har ingen illustrasjon
- 2 Artikkel har én illustrasjon
- 3 Artikkel har to eller flere illustrasjoner

Kommentar: Med illustrasjon regnes alle elementer som ikke er ren tekst og som bidrar til å visualisere stoffet, som foto, faksimile, grafikk, verdiskalaer (for eksempel terningkast) i anmeldelser, fotobyline og lignende.

V7 Forholdet mellom tekst og illustrasjon (gjelder kun V6, med verdi 2 eller 3)

Verdier:

- 1 Teksten opptar mer plass enn illustrasjonen(e) i artikkelen
- 2 Tekst og illustrasjon opptar omtrent like mye plass i artikkelen
- 3 Illustrasjonen(e) opptar mer plass enn teksten i artikkelen

Kommentar: I tilfeller hvor det er en marginal forskjell mellom plassen teksten opptar og plassen illustrasjonen(e) opptar i artikkelen, har jeg funnet det mest hensiktsmessig å kategorisere artikkelen under verdien *omtrent lik plass* (2).

V8 Stoffområde (mest fremtredende tema)

Verdier:

- 1 Skjønnlitteratur
- 2 Sakprosa
- 3 Triviallitteratur
- 4 Litteraturpolitikk
- 5 Litteraturarrangement/-markering
- 6 Litteratur i/tilknyttet andre kunst-/medietyper
- 7 Litteratur generelt
- 8 Annet

Kommentar:

1) Skjønnlitteratur omfatter artikler om prosa, lyrikk, drama, barne- og ungdomslitteratur, enten det gjelder omtale av selve litteraturen (bøkene), forfatterne, forlagene eller andre ledd i bokbransjen som er tilknyttet denne typen litteratur.

- 2) Sakprosa gjelder stoff om fakta- og faglitteratur av alle slag og på alle nivåer; dette kan være oppslag om dokumentarer, artikkelsamlinger, biografier, lærebøker, etc., forlagene som utgir disse bøkene, omtale av bøkens forfattere, presentasjon av boklister, debatter om slik litteratur, etc.
- 3) Triviallitteratur er stoff i tilknytning til det som gjerne også kalles «kiosklitteratur», det vil si romaner som utgis i serier i nokså hyppig rekkefølge. Både artikler om selve litteraturen (bøkene) og artikler som omtaler forfattere av slike bøker, forlagene, etc., kodes under verdien triviallitteratur.
- 4) Litteraturpolitikk er artikler som tar opp litteraturpolitiske saker og beslutninger, som for eksempel Bokbransjeavtalen. Artikler som handler om kulturpolitikk generelt regnes ikke med, så sant ikke momenter som gjelder det litterære feltet er svært fremtredende i artikkelen.
- 5) Litteraturarrangement eller -markering gjelder artikler om litteraturfestivaler, opplesninger, konferanser, seminarer, prisutdelinger, forfatterstipender, jubileer, etc.
- 6) Litteratur i eller tilnyttet andre kunst- eller medietyper vil for eksempel være en artikkel om en roman som skal filmes, en musiker som setter toner til et dikt, eller en fjernsynskanal som viser et program om en forfatter, etc. Denne verdien brukes også når artikler omtaler personer som er kjent for sin utøvelse i andre medier eller innen andre kunsttyper, men som i artikkelen knyttes til litteratur; for eksempel om en musiker som nå skal skrive en bok. Det er for øvrig kun artikler hvor litteraturen er hovedfokuset eller svært fremtredende som kodes. Dermed vil eksempelvis ikke en anmeldelse av en teateroppføring av Peer Gynt regnes med, når denne fokuserer på skuespillernes prestasjoner og regien mer enn selve litteraturen.
- 7) Litteratur generelt er stoff som eksempelvis handler om ledd i bokbransjen eller flere litterære genrer, og som samtidig ikke har hovedfokus på for eksempel litteraturpolitiske spørsmål, et arrangement eller lignende som kan kodes under noen av de andre verdiene. For eksempel vil en artikkel som handler om et forlags bokliste der både sakprosa og skjønnlitteratur blir presentert, kodes under verdien litteratur generelt. Også artikler som tar opp et tema som utspringer fra litteraturen eller som er knyttet til noe(n) innen den litterære institusjon, men som ikke handler direkte om litteraturen eller noe(n) i litteraturbransjen kodes her. Det kan for eksempel være tilfellet når innhold i bøker eller forfatters uttalelser starter debatter. Det må imidlertid påpekes at artiklene som kodes, kun er artikler hvor det er tydelig at saken utspringer fra eller er tilknyttet litteratur.
- 8) Annet omfatter artikler som handler om eller er knyttet til litteratur, men som ikke kan inkluderes i de andre kategoriene.

V9 Journalistisk genre

Verdier:

- 1 Kritikk/anmeldelse
- 2 Forhåndsomtale/lanseringsstoff
- 3 Nyhetsartikkel/-reportasje
- 4 Feature/bakgrunnsartikkel/portrett
- 5 Kommentar/debatt/kronikk
- 6 Notiser
- 7 Førstesidehenvisning
- 8 Annet

Kommentar:

- 1) Kritikk/anmeldelse er artikler som vurderer bøker. Artiklene inneholder gjerne et bilde av bokens omslag, en presentasjon av bokens innhold og viktigst, en vurdering av boken.
- 2) Forhåndsomtale/lanseringsstoff er som termene indikerer omtale *før* noe skjer eller artikler om lanseringer. En vanlig type innen denne kategorien (innen litteraturfeltet) er en artikkel som består av eller baserer seg på et intervju med en forfatter i forbindelse med at denne utgir en bok.
- 3) Nyhetsartikkel/-reportasje er artikler som tar opp et aktuelt tema, som ikke er en lansering eller en presentasjon av en ny bok eller lignende. Ideelt sett bør nyhetsartikkelen basere seg på flere kilder og formidle på en objektiv måte.
- 4) Feature/bakgrunnsartikkel/portrett er gjerne noe lengre enn nyhetsartikkelen og/eller går noe mer i dybden for å finne forklaringer og sammenhenger. Artiklene behøver heller ikke å ta opp absolutt døgnaktuelle tema slik nyhetsartikkelen gjør, og de kan være mer personlige og sanseorienterte i uttrykket; journalisten kan da være mer synlig i presentasjonen og formidle egne inntrykk mer direkte. Stilen kan også være mer litterær og/eller underholdende. Ofte går det også frem av artikkelen at journalisten har vært ute i «felten» for å hente inn stoffet til saken.
- 5) Kommentar/debatt/kronikk er meningsstoff; artikler hvor personer eller personer på vegne av en organisasjon eller lignende ytrer sitt syn på en sak.
- 6) Notiser er kortfattede artikler som formidler det nødvendige; de er gjerne faktabaserte. Som regel inneholder notisene ingen byline eller ingress, og de er oftest presentert som enspaltet med en annen eller mindre font enn de «vanlige» artiklene. Notisen myker opp siden og omtales gjerne som «småstoff». Noen notiser kan inneholde lanseringsstoff, men så lenge de har de formelle trekkene som er nevnt her, kodes slike likevel som notiser.

7) Førstesidehenvisning er et oppslag på førstesiden som henviser til en sak inni avisen; henvisningen fungerer som en slags «appetittvekker», og den gir derfor ikke en fullstendig presentasjon av saken.

8) Annet er artikler og stoff som ikke kan plasseres under noen av de andre verdiene. Her kodes for eksempel sitater og rettelser. Sitater er gjerne oppslag som kun består av en setning og en liten henvisning som sier hvor setningen er hentet fra; det kan for eksempel være et sitat fra en roman. Rettelser er ofte små notiser hvor avisen gjør oppmerksom på en feil i et tidligere oppslag, for eksempel i en artikkel dagen i forveien.

V10 Argumentasjons- og kvalitetsnivå (gjelder kun V9, med verdi 1-6 og 8, der det er mulig)

Verdier:

- 1 Analytisk, nyansert eller utdypende
- 2 Noe vurderende eller informerende, men overflatisk
- 3 Forbrukerveiledende
- 4 Overdrevet ris eller ros

Kommentar:

1) Analytisk, nyansert eller utdypende: Artikler som er undersøkende, analyserende, vurderende, utdypende og/eller informative. Slike artikler setter det omtalte tema inn i en sammenheng (kontekstualiserer), stiller kritiske spørsmål (problematiserer) og har ofte egenverdi som en interessant og selvstendig tekst.

2) Noe vurderende og informerende, men overflatisk: «Mainstream»-artikler som har en enkel fremstilling og som ikke er spesielt problematiserende. De inneholder i høyden et par kritiske spørsmål og forsøker gjerne å sette det omtalte emnet inn i en kontekst og/eller forklare bakgrunnen for saken, men mangler likevel en del informasjon og/eller undersøkende innstilling. I bokomtaler kan man kanskje finne ett avsnitt om estetiske virkemidler og/eller mulige tolkninger, men referering av handlingen kan også være fremtredende. Anmeldelsene kan dessuten mangle tydelige kriterier og begrunnelser for vurderingene av litteraturen.

3) Forbrukerveiledning: Overflatisk fremstillinger der handlingsreferatet, gjenfortellingen eller beskrivelsen er dominerende. Formidlingen er gjerne preget av en refererende stil, og artikkelen kan mangle eller fremsette intetsigende påstander eller begrunnelser for vurderinger (å la «Boken er god fordi den er godt skrevet»). Teksten kan også inneholde uvesentlig informasjon, og konklusjoner og resonnement kan bygge på føleri.

4) Overdrevet ris eller ros: Artikler som er overveiende negativt ladet eller som gjennomgående skryter uhemmet av noe(n) (panegyrisk fremstilling). Artiklenes stil er preget av påstandskarakter mer enn begrunnelser og logiske resonnementer; artiklene mangler altså premisser for sine påstander. Derfor vil for eksempel ikke kritikker som er panegyriske, men som begrunner hvorfor verket er så fantastisk, havne i denne kategorien. Kun artikler *uten* forklaringer av det positive eller negative kodes under denne verdien.

V11 Litterær genre

- 1 Roman
- 2 Krim/spenning
- 3 Noveller/fortellinger
- 4 Drama
- 5 Lyrikk
- 6 Essay/artikler
- 7 Biografi/dokumentar
- 8 Generell fag-/faktalitteratur
- 9 Oppslagsverk/praktverk
- 10 Tegneserie
- 11 Barne-/ungdomsbok
- 12 Trivallitteratur/«kioskroman»
- 13 Fantasy/science fiction
- 14 Flere genrer
- 15 Annet/ubestemmelig

Kommentar: Under verdien roman (1) kodes artikler som omtaler alle typer romaner, bortsett fra krim- og spenningsbøker, som kodes under krim og spenning (2). Verdien generell fag-/faktalitteratur (8) benyttes når artikler handler om sakprosa som ikke kan plasseres under de andre sakprosa-verdiene: Essay/artikler (6) og biografi/dokumentar (7). Verdien oppslagsverk/praktverk (9) brukes om kunstbøker, kokebøker, leksika, etc. I enkelte artikler blir ulike genrer omtalt. Slike kodes under verdien flere genrer (14). Artikler som ikke nevner noen genre, eller som for eksempel handler mer om litteratur generelt eller bokbransjen, eller hvor litterær genre er mindre relevant, kodes som annet/ubestemmelig (15). Det samme gjør artikler som omtaler en litterær genre som ikke havner inn under noen av de andre verdiene (1-13).

V12 Vinkling (mest fremtredende fokus i artikkelen)

Verdier:

- 1 Fokus på sak
- 2 Fokus på person
- 3 Fokus på sak og person
- 4 Annet

Kommentar:

- 1) Fokus på sak er artikler som fokuserer på saken, det vil si artikler som vektlegger det vesentlige ved litteraturen, den litterære begivenheten, etc. som dekkes.
- 2) Fokus på person er artikler som fokuserer på person – for eksempel en forfatter eller andre personer i den litterære institusjonen – på en slik måte at personen blir gjort til det interessante i stedet for saken. Bilder av personer kan bidra til at artikkelen blir mer personfokuset.
- 3) Fokus på sak og person er artikler som både vinkler på person og sak. Her kan man for eksempel finne artikler som eksemplifiserer saken (litteraturen) ved å trekke frem personer. Også her kan bilder bidra til personfokuset.
- 4) Annet er artikler som ikke faller inn under de andre kategoriene. Disse kan også fokusere på person og sak, men samtidig vinkler de også i like stor eller større grad på andre ting i tillegg til personen og saken som er knyttet til den litterære institusjon. Det kan for eksempel være omtale av en musiker som har skrevet bok, men hvor man vinkler mer på musikken og musikeren som musiker enn på personen som forfatter eller selve saken, den nye boken.

V13 Kildebruk (antall kilder) (gjelder V9, verdiene 2–4 og 6–8)

Verdier:

- 1 Ingen
- 2 Én
- 3 Flere

Kommentar: Når journalisten ikke angir noen kilder, dvs. at journalisten skriver uten å referere direkte til hvem som har uttalt noe eller hvor han eller hun har hentet stoffet fra, kodes artikkelen under verdien ingen (1). Ettersom NTB-stoff ikke er produsert av avisen selv, kodes dette som én kilde, selv om det skulle finnes uttalelser fra flere oppgitte kilder i selve NTB-teksten. Det kodes for øvrig ikke kilder i meningsgenrene, fordi kildebruken i slike artikler er utypisk, i den forstand at man ikke kan stille de samme kravene til objektivitet i meningsgenrene som i for eksempel nyhetsartikkelen.

V14 Hovedkilde (mest fremtredende kilde) (gjelder V9, verdiene 2–4 og 6–8, og V13, verdiene 2–3)

Verdier:

- | | |
|---|--------------------------|
| 1 | Forfatter |
| 2 | Kultur-/fagperson |
| 3 | Journalist/medier |
| 4 | Politiker eller lignende |
| 5 | NTB/nyhetsbyrå |
| 6 | Skriftlig materiale |
| 7 | Usikkert |
| 8 | Øvrig/annet |

Kommentar:

- 1) Artikler hvor en forfatter er den mest fremtredende kilden, kodes under denne verdien (1). I omtale av fagbøker hvor forfatteren er en forsker eller annen fagperson, og denne personen er hovedkilden, kodes artikkelen også under verdien forfatter (1), og ikke under verdien kultur-/fagperson (2).
- 2) Kultur-/fagperson gjelder artikler som bruker en representant for en kultur- eller litteraturinstitusjon, en fagperson eller forsker som hovedkilde, men som altså ikke fremstår som forfatter i artikkelen.
- 3) Journalist/medier brukes når artikkelen henviser til hva en journalist eller en representant fra media, eller andre medier har skrevet eller uttalt.
- 4) Politiker eller lignende er artikler hvor en politiker, en representant for et departement, en etat eller kommune eller lignende brukes som hovedkilde.
- 5) NTB/nyhetsbyrå gjelder artikler fra NTB eller andre nyhetsbyråer.
- 6) Skriftlig materiale er hovedkilde når artikkelen oppgir å basere seg på skriftlig materiale, som for eksempel en kulturrapport, et saksdokument, etc.
- 7) Usikkert blir eksempelvis brukt når saken benytter flere kilder, der de ulike kildene er omtrent like synlige og der det dermed blir vanskelig å avgjøre hvem som er hovedkilden.
- 8) Øvrig/annet gjelder artikler som har en hovedkilde som ikke kan kodes inn under noen av de andre verdiene.

V15 Henvendelsesform (gjelder V9, verdiene 1-6, 8 der det er mulig)

Verdier:

- 1 Personlig/inkluderende
- 2 Elitær/forutsetter kunnskap
- 3 Nøytral/objektiv
- 4 Overtalende/subjektiv
- 5 Muntlig/dialogisk

Kommentar:

Henvendelsesform gjelder elementene som skal trekke leseren til artikkelen. Dette er vanligvis titler, ingress, illustrasjoner, fremhevede sitater og lignende i teksten. Det er ansatsen i slike elementer som vurderes under variabelen henvendelsesform. I anmeldelser finnes det sjelden en «vanlig» ingress som i nyhetsartikler, men etter tittelen i anmeldelsene finner man gjerne en slags oppsummerende setning for innholdet i anmeldelsen. I kritikker blir derfor denne «oppsummeringssetningen» vurdert sammen med tittel og eventuelle andre elementer som utgjør henvendelsesformen. I notiser og annet som ikke har ingress, vurderes kun tittelen.

1) Personlig/inkluderende: Artikler hvor bruken av de personlige pronomenene, som *du* og *vi* er fremtredende, slik at det gis inntrykk av at artikkelen henvender seg til *deg* eller *oss* som lesere, og at artikkelen eventuelt også forsøker å inkludere *leseren* i teksten eller saken. Formen har altså et personlig preg eller uttrykk.

2) Elitær/forutsetter kunnskap: Artikler som gjerne benytter en del fagord/-uttrykk, fremmedord og/eller forutsetter spesielle forkunnskaper for at leseren skal skjønne hva saken handler om.

3) Nøytral/objektiv: Artikler med en refererende stil hvor henvendelsen fremstår som kun rene fakta.

4) Overtalende/subjektiv: Artikler som gjerne inneholder en del adjektiver eller uttrykk som viser ett bestemt syn på saken, slik at henvendelsen fremstår som «tilspisset» eller «ladet» i en bestemt retning; henvendelsen preges da gjerne av en overveidende positiv eller negativ tone.

5) Muntlig/dialogisk: Artikler hvor bruk av sitering eller muntlige ord/tale dominerer og gir en lettere stil og/eller fremstår som en uttalelse. Siteringen kan ligne noen av de andre verdiene, for eksempel nøytral og objektiv, men om siteringen eller muntligheten dominerer, kodes artikkelen uansett som muntlig/dialogisk.